A. P. NAZARETEAN

PANICA ÎN MASĂ ȘI ZVONURILE

Colecţia: Psihologie & Psihanaliză Coperta colecţiei: Cristian Negoi

Editori: Aura Christi & Andrei Potlog Lector: Alina Beâu-Deşliu Director economic: Mihaela David Tehnoredactor: Alexandra-Alina Ionescu Departament difuzare: Adrian Preda Departament marketing: Claudia Maria Radu Departament proiecte: Alexandru Ştefănescu

Editura Euro Press Group O.P. 22, C.P. 141, Bucureşti, 014780 Tel./Fax.: 021-2125692; Tel.: 021-3106618 Comenzi carte prin poştă: Tel.: 021-2125692 E-mail: euro, press@yahoo.com www.ideea europeană.ro

© Euro Press Group, 2006 e OOO hămtejiletbo iihtep, 2004

Descrierea CIP a Bibliotecii Naţionale a României

Nazaretean, A. P.

Panica în masă şi zvonurile/A. P. Nazaretean; trad.: Gheorghe Gheţu.

— Bucureşti: Europress Group, 2006

ISBN (10) 973 – 87956 – 5 – 6; ISBN (13) 978 – 973 – 87956 – 5 – 5

I. Gheţu, Gheorghe (trad.)

316: 659.3 316.77

Printed in România

A.p. Nazaretean

Panica în masă

Şi zvonurile

Curs de psihologie socială şi politică

Traducere de Gheorghe Gheţu

Introducere

Mecanismele comportamentului spontan în masă au servit drept obiect incipient de studiu pentru psihologia socială şi politică. Cu timpul însă, în ţara noastră[1], acest obiect a fost trecut la periferia disciplinelor menţionate, devenind unul aproape exotic.

Autorul tratatului respectiv este profesor de psiholofie socială şi politică de la începutul anilor ’70. A activat ca lector, psiholog practician şi consilier în Rusia, în ţările CSI, America Latină, Europa şi Orientul Apropiat. Experienţa bogată de aplicare a tehnologiilor politico-psihologice a fost sintetizată în cursul special „Psihologia comportamentului spontan în masă”, conspectul căruia a apărut în volum, în 1997, la Academia Administraţiei de Stat de pe lângă Preşedintele Federaţiei Ruse şi a fost republicat de către revistele „Psihologia aplicată” şi „Universul psihologiei”.

În ultimii ani cursul a fost studiat de către cursanţii

Academiei Administraţiei de Stat, de studenţii facultăţilor de psihologie şi sociologie ale Universităţii de Stat din Moscova ş.a. În 2001, textul lecţiilor a fost publicat de editura Per Se, bucurându-se de recenzii favorabile atât în presă cât şi la televiziune, iar unele fragmente au fost republicate (uneori deformat) în câteva

1 în Rusia (n, trad.)

reviste ştiinţifice şi de popularizare a ştiinţei.

Tratatul se prezintă ca o expunere pe larg a cursului „Psihologia comportamentului spontan în masă”. Este

Redactat sub forma unor lecţii de popularizare, într-un stil simplu, accesibil nu numai specialiştilor, doctoranzilor şi studenţilor, dar şi unui cerc larg de cititori. O bună parte din text este rezervată materialului ilustrativ, cules de autor din propria experienţă practică şi analitică, din literatura psihologică, istorică şi memorii ca, de altfel, şi din literatura artistică. Fiecare lecţie este însoţită de teme şi de bibliografie. Manualul beneficiază de un minidicţionar terminologic şi de o programă de curs. La finele manualului veţi găsi o bibliografie în care au fost incluse pe lângă cărţile greu accesibile cititorului de rând şi studii clasice din domeniu. Cititorii care vor lua cunoştinţă de acest manual doar din curiozitate le pot trece cu vederea, însă cunoaşterea acestor lucrări, care sintetizează o imensă experienţă practică şi teoretică, este de un real folos pentru oricine activează profesionist în domeniul psihologiei politice.

Veţi găsi, de asemenea, la anexe, un articol în care este expusă lecţia introductivă la cursul general de psihologie politică.

Consider că e o datorie plăcută de a le mulţumi pentru ajutorul acordat la pregătirea textului şi a ilustraţiilor următorilor: S.L. Aleksuhin, S.M. Boguslavskaia, G.G. Vodolazov, A.I. Goniukova, V. Iu. Veatkin, T.B. Kalinina, E.A. Klimov, Iu. E. Klimov, V.A, Litvinenko, K.A. Nazaretean, LI. Osadceva, V.E. Pahalian, N.I. Poleakova, M.V. Sokolova, L.P. Tarhova.

Lecţia 1

Comportamentul spontan în masă:

Concept, fenomen social şi obiect de studiu

Comportamentul spontan în masă (engl. – *collective behavior)* reprezintă un termen confuz al psihologiei sociale şi politice, prin care sunt vizate diferite forme de comportament al maselor, circulaţia zvonurilor, uneori chiar moda, maniile colective, mişcări sociale şi alte aşa-zise fenomene în masă.

Pentru a delimita cu aproximaţie câmpul de studiu afectat acestui concept, vom evidenţia următoarele criterii:

— Antrenarea unui număr mare de persoane;

— Simultaneitatea;

— Iraţionalitatea (diminuarea controlului asupra conştiinţei);

— Structurarea fragilă, adică o structură de poziţie şi dirijare incertă, caracteristică formelor normative ale comportamentului de grup.

Studiul sistematic al fenomenelor respective a început în a doua jumătate a secolului al XIX-lea. În ţările Europei Occidentale s-au constituit, independent una de alta, două direcţii ştiinţifice: cea germană, *psihologia popoarelor* (M. Lasarus, G. Steinthal, W. Wundt) şi cea franco-italiană, *psihologia maselor* (G. Le Bon, G. Tarde, V. Pareto, Ch. Sigele).

De obicei, istoricii sovietici ai ştiinţei subliniau că fiecare dintre aceste şcoli executa o „comandă socială" impusă de poziţia elitei politice din ţările respective. De exemplu, tot mai puternica burghezie germană ajunsese cu întârziere la „masa mare a răpitorilor imperialişti" (V.I. Lenin), atunci când toate bucatele fuseseră deja împărţite: spre deosebire de ţările tot mai puţin influente precum Franţa, Spania şi Portugalia, puternica Germanie nu deţinea colonii. Se întrezărea o epocă a luptei pentru reîmpărţirea lumii, iar lingviştii şi etnologii germani au început o muncă scrupuloasă pentru studierea limbilor,

culturilor şi mitologiilor popoarelor primitive, străduindu-se astfel să evidenţieze caracteristicile psihologice ale acestora, spiritul lor naţional şi „subconştientul colectiv”. Era de la sine înţeles că din când în când, ca printre altele, se demonstra superioritatea spiritului european (în unele cazuri, la modul concret, a spiritului nordic) şi necesitatea guvernării inteligente a popoarelor „preistorice” sau, pur şi simplu, „înapoiate”.

Elita politică franceză a acelor timpuri se impacienta mai mult din cauza mişcării revoluţionare în crescendo; conform opiniei unui savant contemporan, S. Moskovici, „revoluţiile alternau cu contrarevoluţiile şi se părea că teroarea şi distrugerile n-au sfârşifuată de ce interesul savanţilor se concentra asupra caracteristicilor gloatei, a mecanismelor agresiunii colective etc. Se punea problema ca, în primul rând, să se demonstreze esenţa antisocială, antiumană şi distructivă a maselor ca atare (în textele lor noţiunile de „mase” şi „gloată” erau încă sinonime); în al doilea rând, trebuia asigurat un instrumentăriu pentru manipulări eficiente.

O astfel de explicaţie (istorico-materialistă) a conţinutului intereselor ştiinţifice este doar parţial justificată, fiind în general unilaterală. Pentru noi nu este important cărei conjuncturi politice erau tributari primii cercetători ai comportamentului spontan în masă, ci faptul că aceştia au îmbogăţit cunoaşterea noastră cu elemente despre motivele şi mecanismele inconştiente ale pornirilor individului şi au pus fundamentul unei discipline numite ulterior psihologia socială şi politică. Trebuie însă să recunoaştem că dezvol* tarea ulterioară a acestei discipline a depăşit limitele studiului incipient şi, în contextul ştiinţei contemporane, psihologia comportamentului spontan în masă ocupă, aş spune, un loc

exotic.

În Rusia, la sfârşitul secolului al XIX-lea – începutul secolului al XX-lea, erau preocupaţi de cercetări asupra fenomenelor ce ţin de mase savanţi ca M.G. Mihailovski *(sociologia subiectivă)*, V.M. Behterev (*reflexologia colectivă*), A.L. Cijevski *(heliopsihologia).* În speţă, A.L. Cijevski a fost primul care a studiat influenţa activităţii solare şi oscilaţiile acesteia asupra dinamicii dispoziţiilor politice ale maselor. În anii ’20, au fost obţinute date interesante despre receptarea de către mase a informaţiilor din ziare (P.R. Bloński), şi circulaţia zvonurilor (Ia. M. Şarif). La începutul anilor ’30 A.R. Luna a evidenţiat caracteristicile naţional-culturale ale receptării şi gândirii dar, spre deosebire de autorii germani, nu de pe poziţii etnocentrice, ci evoluţioniste.

Rezultatele studiului lui Luna au putut fi publicate doar peste 40 de ani, dar şi atunci, multe dintre acestea şi-au păstrat caracterul novator. În anii ’30, o mare parte din cercetările din domeniul psihologiei sociale şi politice nu au fost considerate de actualitate pentru societatea socialistă şi chiar nocive ideologic. Toate acestea se refereau mai ales la tot ce ţinea de spontaneitate şi slaba conştientizare. Înseşi noţiunile de „sociologie”, „psihologie socială” şi cu atât mai mult „psihologie politică” au fost taxate drept perversiuni burgheze. Dacă obiectul de studiu al acestor discipline îşi mai păstra un oarecare interes pentru guvernanţi, acela se plasa doar în planul cercetării colectivelor muncitoreşti bine închegate, cu o ierarhie drastică şi diriguindu-se doar după indicaţiile pe US. – 1

Din datele pe care le deţin ştiu că de la sfârşitul anilor ’20 şi până la începutul anilor ’70 au fost publicate în URSS doar câteva lucrări din tematica ce ne interesează; în general, acestea au apărut în limba

georgiană, deoarece psihologii georgieni, tratând pe larg o directivă a lui D.N. Uznadze, şi-au rezervat dreptul de a vorbi despre factorii ce nu pot fi conştientizaţi ai comportamentului uman. În speţă, în 1943 a apărut în georgiană, iar în 1967 în rusă, un articol de proporţii şi pertinent al lui AS. Pranghişvili despre panica în masă. Am mai putea adăuga aici şi traducerea cărţii savantului american P. Lineburger despre războiul psihologic.

Între timp, în anii ’20—60, în Europa Occidentală şi în SUA a avut loc o creştere impresionantă a interesului savanţilor, politicienilor şi militarilor faţă de problematica psihologiei politice în general şi a comportamentului spontan al maselor în special. Trecuseră câteva decenii, ştiinţa progresase şi la sfârşitul anilor ’60, când psihologii sovietici, croindu-şi drum, nu fără pierderi, prin filtrul de filosofi şi activişti de partid, au putut din nou să-şi cucerească dreptul de a studia această problematică, ei se simţeau ca nişte elevi sfioşi.

De altfel, sfiala lăuntrică de camuflaj se compensa psihologic printr-o retorică agresivă de demascare a „pseudoştiinţei burgheze”, printr-o recunoaştere condescendentă a „grăuntelui raţional” al acesteia şi prin cererea de a o întrona pe un „fundament cu adevărat materialist”. Mulţi dintre savanţi utilizau în mod conştient această frazeologie ca pe un mecanism de „rezistenţă la prostie” *(foolproof)*, de a se apăra de redactorii naivi (de cele mai multe ori aceştia doar o făceau pe naivii), de cenzori şi funcţionari de partid. Trebuie să le explic mult şi cu răbdare studenţilor şi doctoranzilor de astăzi că acelea erau regulile jocului, că aparatul de conducere, cvasiadaptat la societatea sovietică, şi literatura academică

Reprezentau doar partea vizibilă a unui imens

aisberg. Mă bucur că în prezent le vine greu să înţeleagă aceste lucruri…

Existau însă în Moscova şi unele organizaţii – în cadrul KGB-ului, al Ministerului de Interne, la ce ai pe US şi la Ministerul Apărării – în care pentru cercetarea fenomenelor în masă se cerea un cadru ideologic mai lejer, această activitate fiind destinată unor probleme practice şi concrete. Astfel, pe lângă secţia internaţională a ce ai URSS activa, destul de puternic conspirat, Institutul de ştiinţe sociale (ISS) [2] pentru pregătirea teoretică şi practică a cadrelor revoluţionare din străinătate.

În cadrul acestui institut, profesorul Iu. A. Şerkovin, un psiholog cu o experienţă vastă în domeniul propagandei speciale (astfel era denumită în terminologia militară propaganda asupra forţelor militare şi a populaţiei inamice), a reuşit să organizeze un grup de predare şi studiu, care în 1971 s-a transformat în prima catedră de psihologie publică din URSS. Printre cofondatori s-au numărat, de asemenea, G.P. Predvecinâj, G. Ia. Turover, V.L. Artemov, V.B. Olşański, VI. Firsov ş.a.

Este curioasă această scamatorie lingvistică: expresia „psihologia socială” rămânea în continuare odioasă pentru funcţionarii de partid, pe când „psihologia publică” a reuşit să fie depistată într-un text de-al lui Lenin. Un venerabil profesor, care anterior înjura din tot sufletul psihologia socială ca pe o pseudoştiinţă burgheză, începuse acum să demonstreze peste tot că toată hiba era ascunsă în această diferenţă terminologică *de principiu*: „psihologia publică” este într-adevăr ştiinţa prezentului, o ştiinţă marxistă, şi diferenţa dintre aceasta şi „psihologia socială” e analogă cu cea dintre miliţia sovietică şi poliţia

2 A nu se confunda cu Academia de Ştiinţe Sociale de pe lângă sectorul ideologic al ce.

capitalistă…

Dar esenţialul se produsese. Vestea că într-o instanţă atât de autoritară cum e Secţia internaţională a ce ai pe US disciplina fusese legalizată s-a răspândit repede prin ţară şi a dat un impuls pentru crearea unei avalanşe de catedre cu denumiri similare pe lângă institutele ştiinţifice de cercetări şi şcolile de partid. De multe ori, din cauza lipsei de specialişti în domeniu, s-au recalificat în „psihologi sociali" istorici ai pe US şi instructori în prag de pensie ai comitetelor regionale de partid[3].

Nici măcar cheltuielile pentru noua modă, inevitabile, mai ales la noi, n-au putut eclipsa succesul; începuse renaşterea psihologiei sovietice (ruse), sociale şi politice.

Tematica de lucru a catedrei a fost stabilită de specificul Institutului de ştiinţe sociale. Cursanţii care aveau de-a face în ţările lor cu procedee machiavelice de manipulare a comportamentului maselor şi a dispoziţiilor politice trebuiau să cunoască aceste procedee şi să le poată utiliza. Conducerea institutului şi a catedrei a reuşit, prin canale specifice, să intre în posesia unor materiale destinate serviciilor speciale americane, să adune literatură din străinătate pe tema psihologiei sociale şi politice şi, în mod esenţial, să acumuleze, să concentreze şi să sintetizeze o experienţă practică diversificată.

Ca rezultat, a fost redactat un curs integral în care

---

3 în 1979 am fost invitat să le vorbesc profesorilor de psihologie socială de la şcolile regionale de partid în cadrul cursurilor de perfecţionare organizate de Academia de ştiinţe sociale Am observat cu uimire că în auditoriu se aflau vreo cincizeci de persoane, toate de vârstă înaintată şi purtând insigne de veteran de război sau al muncii.în cadrul cursului întrebau de mai multe ori numele unora dintre cei mai mari savanţi străini (Z. Freud,K. Levine); după cursuri mi-au povestit că înainte fuseseră instructori ai comitetelor raionale de partid şi, pensionându-se, primiseră – ca indicaţie de partid – să „însuşească" noua disciplină.

erau analizate mecanismele şi legităţile de comportare ale oamenilor în gloată, infectarea cu zvonuri şi răspândirea acestora, procedee eficiente de ghidare, a respectivelor procese şi pregătire a campaniilor politice. Cursul de psihologie a comportamentului spontan în masă a fost ţinut aproape 20 de ani, s-a bucurat de succes, i s-au introdus corectivele necesare şi a fost îmbunătăţit în permanenţă, Sugestiile practice ale cursului au fost folosite cu succes de către specialişti şi cursanţii caţedrei într-un spaţiu geografic vast, din Europa şi Africa până în America Latină. În anii ’90, cursul de comportament spontan în masă a fost studiat (separat sau în cadrul cursului general de psihologie politică) la facultăţile de psihologie şi sociologie ale Universităţii M.V. Lomonosov din Moscova, la Academia Rusă a Administraţiei de Stat de pe lângă Preşedintele Federaţiei Ruse şi în alte instituţii de învăţământ. Conţinutul cursului s-a îmbogăţit în permanenţă cu analiza evenimentelor politice şi rezultatele activităţii practice din Rusia şi alte ţări din CSI. Cursurile teoretice sunt completate de seminarii şi jocuri practice, cursanţii analizând situaţiile de studiu şi găsindu-le soluţii productive.

Într-un anume sens, coautori ai cursului respectiv pot fi consideraţi nu doar îndrumătorul meu, Iuri Aleksandrovici Şerkovin, ci şi cursanţii mei din cadrul Institutului de ştiinţe sociale şi dintr-o serie de alte instituţii din străinătate, prietenii care m-au însoţit şi m-au tutelat în deplasările dificile, deseori însoţite de riscuri, dar totuşi captivante. Mulţi dintre aceştia erau doar formal consideraţi „cursanţi” de-ai mei, majoritatea fiind mai în vârstă decât mine şi mai experimentaţi; de fapt, ei îmi deveniseră mentori de tactică. O parte din întâmplările palpitante pe care le voi relata în continuare au fost

observate şi retrăite de mine prin participarea nemijlocită a acestora, iar alte cazuri mi-au fost relatate de către ei şi poartă amprenta impresiilor emoţionante şi a personalităţii lor. Bineînţeles că aceştia nu ar mai cădea de acord cu multe dintre aprecierile mele actuale, aici însă toată responsabilitatea îmi aparţine…

Un aport considerabil la predarea şi redactarea acestui curs l-au avut colegii şi studenţii mei ruşi. Activitatea interactivă şi analizarea situaţiilor practice au contribuit la acumularea şi sistematizarea conceptuală a noilor experienţe.

Mă voi referi în câteva cuvinte şi la denumirea cursului care poartă amprenta epocii în care a fost conceput. Acum totul pare o glumă, însă în anii ’70 primul obstacol pe care l-am întâlnit a fost problema traducerii. La acea vreme, americanii îi depăşiseră în această problemă pe germani, francezi şi ruşi şi impuseseră utilizarea unei formule de uz curent „comportament colectiv”. Utilizarea acestei expresii în limba rusă ca, de altfel, şi în alte limbi, în cadrul „psihologiei marxiste” era de neimaginat.

Vorba e că noţiunea de „colectiv” (cu derivatele sale „colectivism”, „autodeterminare colectivistă” ş.a.m.d.) era angajată ideologic, ca să nu spun că era aproape sacră. Prin noţiunea de colectiv se subînţelegea un grup contopit la maximum, unit printr-un ţel nobil şi *social progresiv* (aceasta era condiţia obligatorie!) şi conştientizarea tendinţelor. În conformitate cu această definiţie, prin colectivism se înţelegea o calitate aparte a individului în societatea socialistă, calitate contrară conformismului şi nonconformismului, caracteristice societăţii capitaliste.

E de menţionat că cetăţenii sovietici, obişnuiţi din vârstă fragedă cu astfel de stereotipuri ideologice, de cele

mai multe ori sau nu le observau deloc sau le tratau cu o doză meritată de ironie. Lucrurile erau cu totul altfel în cazul revoluţionarilor străini. De obicei, aceştia erau oameni puternici, cu experienţă de viaţă, care văzuseră multe la viaţa lor şi erau devotaţi ideii. Ei ascultau cursurile despre colectiv şi colectivism cu patimă în priviri, respectivele categorii reprezentau pentru ei modelul viitorului luminos pentru care aceştia luptau, suportau chinuri şi în care îşi aflau punctul de sprijin şi sensul vieţii.

Dragostea mişcătoare faţă de oamenii sovietici lua uneori forme amuzante. Un om matur care avea de-a face cu vreun fapt revoltător (de care, printre altele, cursanţii străini erau ţinuţi departe) putea la modul cel mai serios să pună următoarea întrebare: „Cel care a furat paltonul tovarăşului nostru de la vestiarul Palatului Congreselor din Kremlin nu este, probabil, colectivist?”

O întâmplare mi-a rămas în memorie pentru toată viaţa. La începutul anilor ’80 ne aflam împreună cu un grup de cursanţi şi traducători într-un oraş regional din Ucraina, sub tutela vigilentă a comitetului regional de partid (această formă de lucru se numea „practica pentru studierea realităţii sovietice”). Doi puştani din localitate, fără niciun pic de experienţă şi înarmaţi cu nişte cuţite de bucătărie, şi-au pus în gând să tâlhărească un străin care intrase în veceul restaurantului.

Nu cred că se putea găsi o variantă mai proastă. Străinul era un partizan din Nicaragua care nu avea niciun fel de valută, dar care cunoştea la modul profesional procedeele de luptă corp la corp şi putea ucide un adversar cu o lovitură de pumn. Trebuie să menţionez că înainte de această întâmplare cursantul ascultase în cadrul Institutului de ştiinţe sociale un curs de „psihologie social-marxistă”.

Înţelegând că se întâmplă ceva în veceu (de acolo ieşise în fugă unul din puşti, izbindu-mă), am alergat acolo, temându-mă să-mi imaginez ce aş putea vedea; după mine alergau alţi cursanţi, instructorii de la comitetul regional de partid şi câţiva „tovarăşi în civil". În loc de „mormanul de trupuri" la care ne aşteptam, am descoperit un tablou extraordinar. Nicaraguanul robust îi prinsese subsuoară capul unuia dintre nefericiţii hoţi, un băieţaş înalt şi slăbănog care răsufla ca vai de el, şi lovindu-l uşurel în cap (cu gingăşie!) îi spunea în spaniolă: „Tovarăşul nu e colectivist, dar un tânăr sovietic trebuie să fie colectivist..."

Când băiatul fusese scos din braţele prietenoase şi puternice ale nicaraguanului, acesta a rugat să se clarifice dacă tovarăşul sovietic şi-a înţeles greşeala şi dacă pe viitor va deveni colectivist. Am tradus întrebarea străduindu-mă din toate puterile să nu încep a hohoti isteric. Băiatul nu înţelegea nimic, dar era gata să jure orice aşa că şi-a dat cuvântul că „va deveni colectivist". Se pare că după acesta a fost eliberat, pentru că nici participanţilor la acest incident şi nici martorilor nu le convenea să fixeze documentai întâmplarea.

Am relatat acest incident absurd pentru a explica de ce termenul de „comportament colectiv" pentru acţiunile, să spunem, unei mulţimi agresive sau panicate era, în condiţiile noastre, absolut inacceptabil. Într-un manual al acelor ani era utilizat chiar termenul de „comportament acolectiv (sau: în afara colectivului)"; o astfel de antitraducere era absolut stupidă, fapt cu care au căzut de acord şi autorii. În cele din urmă, după lungi dezbateri, a fost acceptat termenul „comportament spontan în masă" *(spontaneous mass behaviqr)* care a şi fost folosit în continuare, uneori schimbându-se ordinea cuvintelor.

Vorbind despre obiectul de studiu al acestei discipline, voi menţiona un considerent: în mod obişnuit, percepem haosul şi debandada ca pe lipsa unor legităţi şi a unor factori de decizie. În prezent însă, savanţii au demonstrat pe baza unui material diversificat că lucrurile nu sunt chiar atât de unilaterale. Haosul şi ordinea sunt relative, haosul este întotdeauna determinat într-un fel sau altul; cu cât sistemul este mai haotic, cu atât acesta se va subordona unor legităţi mâi simple şi cu atât mai uşor va putea fi guvernat, mai ales că obiectivele conducerii sunt suficient de elementare.

Iluzia haosului apare atunci când încercăm să relaţionăm cu un sistem simplu ca şi cum am relaţiona cu unul complex, de aici şi inutilitatea acţiunilor noastre. Unui orăşean get-beget îi vine greu să înţeleagă cum de văcarul satului poate ţine în frâu o cireadă de câteva sute de capete.

Un om de stat se va simţi jenat dacă i se va încredinţa un grup de copii de la grădiniţă cu care o educatoare cu experienţă nu are niciun fel de probleme. Un academician care conduce cu pricepere un colectiv ştiinţific va fi neajutorat în compania unor boschetari, iar dacă acesta nu e medic psihiatru, atunci orice sanitar va fi mult mai bun decât el în a lucra cu respectivul „contingent” de pacienţi. Repet: e mult mai uşor să conduci un sistem simplu şi inept (trebuie să înveţi mai puţin) decât unul complex şi inteligent; pentru aceasta e nevoie de procedee mult mai simple, pe care trebuie să ştii a le manipula.

Cele expuse au legătură directă cu subiectul nostru. În gloată „omul coboară cu câteva trepte pe scara civilizaţiei” (G. Le Bon) şi devine accesibil pentru acţiunile elementare de manipulare. Comportamentul maselor sau

propagarea zvonurilor ni se par nişte procese lipsite de legităţi şi neregulate atât timp cât majoritatea dintre noi s-a obişnuit să relaţioneze cu grupuri organizate unde îşi au locul concluziile raţionale, punerea în acord sau cel puţin un ordin formal. În comportamentul spontan în masă se realizează mecanisme şi legităţi mult mai primitive. Cel care le cunoaşte şi are abilităţile necesare e capabil să prevadă şi să manipuleze mai bine evenimentele. Obiectivele pe care acesta le urmăreşte sunt, de cele mai multe ori, distructive. Ca orice armă însă, şi tehnologiile politice sunt ambivalente, iar cunoaşterea procedeelor de reglare constructivă a proceselor spontane este necesară astăzi în cazul multor profesii.

Între timp, printre profani predomină raţionamentul că, de exemplu, „gloata nu poate fi controlată" şi astfel de autojustificări se aud tot mai des din gura funcţionarilor în urma haosului în masă. Ulterior, cu aceeaşi insistenţă, încep discuţiile despre „provocări". Iar concluziile la care ajung negreşit comentatorii se reduc la necesitatea înăspririi interdicţiilor şi pedepselor, la creşterea contingentului de forţe speciale etc. Şi nimeni nu îşi exprimă nedumerirea că imaginarii „provocatori" au fost în stare să dirijeze acţiunile mulţimii, pe când organizatorii de manifestări culturale în masă şi edilii oraşului nu pot s-o facă.

În vara anului 2002, după ce microbiştii au devastat Piaţa Manejriaia (naţionala de fotbal a Rusiei fusese umilită de către naţionala Japoniei), mi s-au adresat ziarişti de la câteva publicaţii cu rugămintea de a le acorda un interviu. Am vorbit cu trei dintre aceştia, însă interviul n-a apărut în presă. Redactorii insistau asupra versiunii că a fost o provocare, iar eq le explicam că nu văd niciun fel de indicii ale unei provocării intenţionate şi că simplistele

ipoteze maniheiste, atât de dragi inimii ziariştilor şi politologilor (precum că tot răul e cauzat de intrigi ale forţelor întunecate) ar trebui luate în calcul doar în ultimul rând. În fine, în loc de a vedea peste tot intrigi ale duşmanilor e mai util de analizat greşelile de organizare a manifestaţiilor de masă şi în loc să ne gândim cum să aducem mai mulţi mascaţi cu pistoale automate ar trebui să ne gândim cum să ne pregătim corect pentru acţiuni în masă şi să apelăm la ajutorul specialiştilor.

Toate acestea n-au fost publicate căci, atât timp cât nu se face aluzie la o provocare, materialul nu aprinde spiritele; pe de altă parte, nici ziariştii nu voiau să se pună rău cu puterea…

E o situaţie paradoxală. În anii ’70—80, psihologii moscoviţi îi învăţau cum să lucreze cu masele pe revoluţionarii şi politicienii de stânga din întreaga lume – din Chile şi până în Portugalia. După zece ani, în Moscova, auzi unul şi acelaşi laitmotiv: masele sunt nedirijabile şi imprevizibile.

Cunoaşterea procedeelor de manipulare directă şi indirectă este importantă nu numai în situaţiile extreme ci şi în viaţa publică. Din complexul de obiective ale psihologiei politice – *explicativă, de pronosticare, de proiectare, instrumentală şi educativă* – am acordat mereu cea mai mare importanţă ultimei. Cu cât cunoaştem mai mult despre mecanismele comportamentului nostru, inclusiv cele iraţionale, şi despre procedeele de manipulare, cu atât mai dificil vom putea fi manipulaţi. Şi cu cât mai mulţi oameni îşi vor însuşi ABC-ul psihologiei politice, cu atât societatea va fi mai stabilă…

Teme pentru lecţia 1

Ce numim în psihologie comportament spontan în masă (<*collective behavior*)? Prin ce se deosebeşte acest

tip de comportament de formele organizate ale comportamentului social? De ce varianta rusă a denumirii diferă esenţial de cea engleză?

Numiţi primele şcoli (direcţii ştiinţifice) care s-au ocupat de studierea fenomenului comportamentului spontan în masă. Numiţi reprezentanţii de bază ai acestor şcoli, dar şi savanţi ruşi (şi sovietici) care au activat în acest domeniu.

Ce rol a jucat cercetarea comportamentului spontan în masă în constituirea psihologiei sociale şi politice?

De ce este mai uşor de dirijat procesele lipsite de structură decât cele bine organizate?

Când şi din ce cauză în URSS au fost întrerupte cercetările comportamentului spontan în masă? Când şi din ce cauză acestea au fost reluate?

Literatură suplimentară

Andreeva G.M., Soţialnaia psihologia (Psihologie socială). M., 2002.

Behterev V.M., Kollektivnaia refleksologia (Reflexologie colectivă); Behterev V.M., Izbrannie raboti po obşcestvennoi psihologii (Studii alese de psihologie socială). M., 1994.

Velder R. K, Voprosu o fenomene podsoznatelnoi agressivnosti (Despre fenomenul agresivităţii subconştiente);

Obşcestrennie nauki i sovremennost (Ştiinţele sociale şi contemporaneitatea). 1993, nr. 3 – 4.

Wundt W., Zadaci i metodi psihologii narodovi (Probleme şi metode de psihologie a popoarelor); Soţialnaia psihologia: Hrestomatia (Psihologie socială. Crestomaţie). M., 1999!

Diligenski G.G. Soţialno-politiceskaia psihologia (Psihologie social-politică). M., 1996.

Lineburger P., Psihologiceskaia voina (Războiul psihologic). M., 1962.

Le Bon G., Psihologia narodov i mass (Psihologia maselor). SPB., 1995.

Luna A.R., Ob istoriceskom razvitii poznavatelnân proţessov (Evoluţia istorică a proceselor de cunoaştere). M., ’1974.

Moskovici S., Vektolp (Secolul gloatelor). M., 1996.

Nazaretean A.P., Politiceskaia psihologia: predmet, konţeptualnie osnovania, zadaci (Psihologie? Politică: obiect de studiu, fundamente conceptuale, probleme); Obşcestrennie nauki i sovremennost (Ştiinţele sociale şi contemporaneitatea). 1998. nr. 1.

Pranghişvili A.V., Soţialnaia psihologia paniki v svete porneatia ustanovki (Psihologia socială a panicii; percepută prin prisma atitudinii); Pranghişvili Issledovania po psihologii ustanovki (Cercetări de psihologie a atitudinii). Tbilisi, 1967.

Cijevski A.L., Fiziceskie faktorî istoriceskogo proţessa (Factorii fizici ai procesului istoric). Kaluga, 1924. (Reeditare 1991).

Şestopal E.B., Politiceskaia psihologia: Ucebnik (Psihologia politică: Manual). M., 2002.

Davis J., Toward a theory of révolution. În: Studies în social movements. A social psychological perspective. N.Y., 1969.

Smelzer N.H., Theory of collective behavior, N.Y., 1962.

Toch M., Collective behavior: crowds and social movements. În: Handbook of social psychology. Vol.4. London, 1968 – 69.

Turner R.N., Killian L.M., Collective behavior. New Jersey, 1972.

Lecţia 2

Mulţimea şi legităţile sale comportamentale

Bestia e umflată, zurbagie, mătăhăloasă, *cos-ca cu o sw/a üfe gwn f/ ar/a.*

Tilemahida

Noţiunea de mulţime.

Mecanismele de comportare ale mulţimii

În limbajul cotidian, prin „mulţime” se subînţelege o aglomerare de persoane care se găsesc simultan în acelaşi loc. Prin această noţiune nu vom defini nici măcar intuitiv o unitate militară sau pe militarii care iau cu asalt sau apără un obiectiv fortificat, publicul adunat la Conservator pentru a audia un concert simfonic, echipele de muncitori de la o construcţie magistrală, colaboratorii unei instituţii convocaţi la o şedinţă ordinară a sindicatelor ş.a.m.d.

Nu e corect, din punct de vedere terminologic, să definim prin termenul de mulţime nici măcar trecătorii de pe o arteră orăşenească aglomerată. Iată însă că pe stradă s-a întâmplat ceva neobişnuit, au apărut de undeva cântăreţi ambulanţi sau câţiva actori îşi prezintă programul. Sau, cum se mai întâmpla în bunii ani sovietici, în magazine au „băgat” ceva marfa deficitară. Sau un om a căzut de pe geam şi a decedat. Sau a pornit o ploaie torenţială. Sau – nu dea Domnul – s-a dezlănţuit o încăierare cu împuşcături între grupurile de infractori, a avut loc o explozie puternică… Dacă situaţia decurge conform unuia din aceste scenarii

Captivante, dramatice sau chiar catastrofale, se poate constitui un fenomen socio-psihologic aparte, dar cu toată diversitatea formelor sale are caracteristici comune care fac deosebirea dintre o gloată (mulţime) şi formele organizate ale comportamentului social.

Reieşind din aceste considerente prealabile, vom

schiţa orientativ o primă definiţie:

Mulţimea (gloata) – reprezintă o aglomerare de persoane care nu sunt unite prin ţeluri comune şi o structură organizatorică şi decizională unică, dar sunt legate între ele de un centru de atenţie comun şi de aceeaşi stare emoţională.

Se consideră *comun* acel obiectiv atingerea căruia de către fiecare dintre cei care interacţionează depinde în mod pozitiv de atingerea aceluiaşi obiectiv de către ceilalţi coparticipanţi; prezenţa acestui obiectiv creează premisa pentru colaborare. Când fiecare îşi atinge ţelul, indiferent dacă ceilalţi l-au atins sau nu, atunci interacţiunea lipseşte sau este minimă (ca atunci când apar scopuri comune secundare: de exemplu, aşteptarea trece mai uşor dacă te şi distrezi în acelaşi timp). Şi, în fine, dacă dependenţa realizării aceluiaşi obiectiv de către subiecţi este negativă, atunci se creează o premisă pentru conflict.

Scopurile persoanelor aflate într-o mulţime sunt identice, dar, de obicei, nu sunt conştient identice, iar atunci când se intersectează, interacţiunea devine puternic negativă. De exemplu, în cazul panicii în masă fiecare caută să se salveze, iar într-o gloată acaparatoare fiecare tinde să înhaţe ceva şi atunci fiecare este un impediment pentru celălalt.

Iată de ce dacă apelăm la categoriile sociale ale *agregatului social* (o mulţime nestructurată de indivizi) şi ale *grupului social* (subiect unic de activitate), atunci mulţimea trebuie raportată la prima categorie. Se înţelege însă că deosebirea dintre acestea nu este una discretă. În anumite condiţii, persoane care se deosebesc de altele prin trăsături definite (etnie, stare socială ş.a.) sunt capabile să conştientizeze unitatea de interese şi să se integreze într-o comuniune istorică sau politică; şi, dimpotrivă, un subiect

care activează perfect se poate dizolva într-un socium mai mare.

Deci, mulţimea este capabilă (în cazuri rare) să se; structureze şi să obţină calitatea de grup, iar un grup organizat (mult mai frecvent) – să degradeze în gloată… Uneori comunitatea situativă însumează caracteristici atât de eterogene încât nu poate fi raportată unilateral la nici of categorie şi ocupă o poziţie intermediară pe scala „grup –, agregat”. De exemplu, o demonstraţie de masă foarte bine organizată (să ne amintim de marşurile festive de pe Piaţa Roşie) prezintă, în egală măsură, simptomele grupului şi: ale mulţimii. Degradarea grupului în gloată şi invers sunt lucruri care ţin de sfera noastră de interese (fig. l).

Soluţionarea unei dispute mai vechi dintre psihologii sociali despre cine este mai predispus spre soluţii extreme – grupul sau individul poate fi în mare condiţionată de coraportul dintre caracteristicile *sistemice* şi *gregare* (din greacă: *gregus* – turmă). Atât timp cât în grup predomină relaţiile normative acesta atenuează dispoziţiile extremiste ale membrilor săi şi găseşte soluţii mult mai echilibrate, atunci însă când încep a predomina caracteristicile mulţimii raţiunea se radicalizează.

S. Moskovici scrie că încă pe timpuri politicianul Solon din Grecia antică afirma că fiecare atenian e o vulpe şireată, iar adunarea populară din Pniks e o turmă de berbeci. Acest lucru a fost confirmat şi de către romani: *Senatores omnes borti viri, senatus romanus mala bestia* (toţi senatorii sunt bărbaţi vrednici, pe când senatul roman e o fiară dezlănţuită), G. Le Bon sublinia că de multe ori parlamentele se transformă în gloate, iar noi putem urmări

Fig. 1. Moscova, 1990. Manifestaţia de masă împotriva pe US a trecut de Podul Krîmskij. Manifestanţii întrunesc caracteristicile unui *grup organizat* şi ale *mulţimii* Foto de V. Iu. Veatkin, corespondent al Agenţiei de Presă „Novosti”.

Astăzi acest lucru la televizor. Proverbul rusesc „Mujicul e deştept, da? Lumea-i proastă” redă aceeaşi idee despre pierderea de către individ a bunului-simţ atunci când se încorporează în gloată.

Reacţia circulară şi comunicarea

Metamorfoza e condiţionată de efecte specifice care, de fapt, sunt mecanisme de constituire a mulţimii. Au fost identificate două mecanisme de bază: *zvonurile* şi *vertijul emoţional* (sinonim cu *reacţia circulară*). Despre zvonuri se va vorbi mai detaliat în Lecţiile 4 – 5, aici însă vom analiza mecanismul vertijului emoţional

Imaginaţi-vă o sală imensă în care cineva povesteşte

un banc foarte amuzant şi toată lumea râde în hohote. Aţi intrat în sală fară a auzi bancul dar buna dispoziţie pune stăpânire şi pe dvs şi începeţi a râde împreună cu ceilalţi. Acesta este cel mai simplu şi inofensiv exemplu de contaminare reciprocă care se numeşte reacţie circulară (f\e: 2).

Fig. 2. Desenul caricaturistului danez H. Bitistrup „Răspândirea infecţiei”. Reprezentare umoristică a reacţiei circulare.

De altfel, nici măcar o veselie molipsitoare nu este

întotdeauna inofensivă. Actorii de teatru au o expresie de argou – „povelo” – a te lăsa dus de val. E o situaţie extrem de neplăcută când în cel mai dramatic moment al spectacolului pe careva dintre actori îl pufneşte râsul. Actorul începe a chicoti şi această

Stare deplasată li se transmite celorlalţi parteneri; în fine, spectacolul este compromis…

Există şi exemple de coşmar. În secolul al XIV-lea Europa a fost bântuită de „moartea neagră” – o epidemie de ciumă care a răpus 20 de milioane de vieţi. Metoda fundamentală de tratament a rămas după obiceiul timpului aceeaşi – rugăciuni istovitoare, căinţă, sărutarea cinci şi îndeplinirea scrupuloasă a tuturor ritualurilor bisericeşti. În toiul acestei nenorociri a venit Ziua Sfântului Vitta, care se prăznuia întotdeauna prin dansuri şi ospăţuri populare. Deosebit de impetuos era sărbătorită această zi în Italia. Sleiţi de puteri şi disperaţi, oamenii se îmbătau şi începeau să danseze ritmic până ajungea într-o stare de isterie şi, nemaiputând să se oprească, cădeau morţi. Veselia macabră şi molipsitoare se transmitea de la un cartier la altul, de la sat la sat, lăsând în urma sa corpuri omeneşti fără suflare.

Acest episod de coşmar, fixat de cronicari, şi-a găsit reflectare şi în literatura artistică (pentru ruşi, cea mai cunoscută lucrare este piesa lui A.S. Puşkin „Chef în timpul ciumei”), dar şi în terminologia medicală şi psihologică modernă, în care „dansul Sfântului Vitta” semnifică un cunoscut simptom clinic…

În filmul „Torentul de fier”, având la bază romanul omonim al lui A.S. Serafimovici, este foarte bine jucat un astfel de episod, ce-i drept, nefinisat. Partizanii bolşevici, cu un convoi de populaţie paşnică – bătrâni, femei şi copii –, rătăcesc prin pustiu încercând să se salveze de

albgardişti. Oamenii flămânzi şi istoviţi se opresc pentru un popas. Cineva întoarce gramofonul şi pune un disc: doi artişti, fără să spună ceva, râd tare şi molipsitor. Cei care stau tolăniţi în jurul gramofonului încep să zâmbească, apoi să hohotească şi veselia se transmite mai departe… În acest moment apare inteligentul şi severul comisar şi cu o lovitură de cizmă distruge discul şi gramofonul. Spectatorii înţeleg că dacă el nu ar fi făcut la timpul potrivit acest gest, situaţia ar fi scăpat de sub control: oamenii hohotind isteric, nefiind în stare să se oprească, ar fi pierdut şi ultimele puteri…

Aşadar, reacţia circulară *reprezintă o contagiere reciprocă; adică un transfer al stării emotive la nivelul psihofiziologic al contactului dintre organisme.* Se înţelege că poate fi molipsitoare nu numai voia bună ci, de exemplu, şi plictisul (dacă cineva începe a căsca, aceeaşi dorinţă o încearcă şi cei din anturajul său) sau, de asemenea, emoţii mult mai funeste: frică, furie etc.

Pentru o mai bună percepere a reacţiei circulare e oportună comparaţia acesteia cu comunicarea – contactul dintre oameni la nivel semantic. În cazul comunicării ne întâlnim cu un anumit nivel de înţelegere reciprocă, de interpretare a textului; participanţii la acest proces ajung sau nu la un acord, dar în orice caz, fiecare rămâne o personalitate independentă.

Personalitatea umană se constituie în cadrul relaţiilor comunicaţionale şi depinde într-o mare măsură de diversitatea canalelor semantice în care individul este inclus.

Şi, dimpotrivă, vertijul emoţional anihilează deosebirile individuale. În mod situaţiv, se diminuează rolul experienţei personale, a identificării individuale şi de ghidare, a bunului simţ. Individul simte şi reacţionează

comportamental „ca şi ceilalţi”. Are loc o *regresiune evoluţională:* se actualizează straturile inferioare ale psihicului, mult mai inferioare din punct de vedere filogenetic (fig.3) [4].

4 Analizând exemplele de regresiune evoluţionistă la animale, marele zoopsiholog K.Lorenz povestea despre un experiment foarte bogat în aluzii sociologice. Experimentatorul a îndepărtat creierul superior al unui peşte care aparţinea de clasa boiştenilor de râu. Exemplarul care s-a întors în banc nu se deosebea aproape cu nimic de ceilalţi peşti, dar nu mai reacţiona la comportamentul lor. Peştele se deplasa ghidându-se doar după impulsurile interioare „şi, ima- ginaţi-vă, tot bancul îl urma. Animalul schilodit a devenit un lider tocmai din cauza defectului său".

Fig. 3. În mulţime omul se simte anonim şi golit de personalitate, eliberat de obligaţia rolurilor sociale şi de

responsabilitate; se diminuează capacitatea de a te vedea dintr-o parte. Foto de V. Iu. Veatkin, corespondent al Agenţiei Ruse de Informare „Novosti”.

Regresiunea poate lua uneori forme incredibile.

De exemplu, în cartea istoricilor francezi O. Cabanis şi L. Nasse „Nevroza revoluţionară” sunt incluse mărturii documentare ale unui caz când o gloată de insurgenţi bestiali au sfâşiat corpul unui curtean pe care îl urau şi *l-au mâncat* bucată cu bucată. Dacă nici aceasta nu-i „bestia care latră”…

„Personalitatea conştientă dispare – scria referitor la aceasta G. Le Bon – iar sentimentele tuturor indivizilor în parte, care formează un tot întreg, numit gloată, au una şi aceeaşi orientare”. Iată din ce cauză „în gloată pot avea loc doar acumulări de prostie şi nicidecum de inteligenţă”. Acelaşi raţionament poate fi întâlnit şi în lucrările altor cercetători. Găsim, de exemplu, la S. Freud: „Se pare că e suficient ca să se întâmple la un loc o aglomerare, o mulţime imensă de oameni, ca toate performanţele morale ale indivizilor care formează această masă să se disperseze, iar în locul lor să rămână doar cele mai primitive, cele mai ancestrale şi cele mai brutale obiective psihologice”.

La persoana cuprinsă de vertijul emoţional creşte receptivitatea faţă de impulsurile care îşi au sursa în interiorul mulţimii şi sunt în rezonanţă cu starea dominantă; concomitent, scade receptivitatea faţă de impulsurile din exterior şi, respectiv, cresc barierele împotriva oricărei judecăţi raţionale. Iată din ce cauză încercarea de a acţiona asupra mulţimii în acest moment prin argumente logice se poate dovedi inoportună sau pur şi simplu periculoasă. Aici sunt necesare alte procedee, adecvate situaţiei, şi dacă dvs nu le stăpâniţi, atunci e

preferabil să staţi cât mai departe de mulţime.

Voi adăuga că reacţia circulară, ca orice fenomen social şi psihologic, nu este unilateral un factor negativ. Ea însoţeşte orice manifestare de masă sau activitate de grup: vizionarea în comun a unui spectacol sau a unui film, o sindrofie prietenească, un atac de luptă (cu strigăte de „Ura!”, cu ţipete ameninţătoare sau alte atribute), mitinguri, şedinţe de partid sau de afaceri i.a.m.d. În viaţa triburilor primitive procesele de contaminare reciprocă înainte de luptă sau vânătoare jucau unul din cele mai importante roluri. Atât timp cât vertijul emoţional rămâne în cadrul unei limite definite, optimă pentru fiecare caz în parte, acesta contribuie la unire, mobilizare şi amplificarea eficienţei integrale a grupului (psihologii numesc această stare *fascinaţie*). Dacă însă limita optimă este depăşită acest factor se caracterizează prin efecte inverse. Grupul degradează în gloată care poate fi tot mai puţin dirijată cu ajutorul mecanismelor normative şi, totodată, este predispusă mai uşor spre manipulări iraţionale.

Lată cum descrie un martor ocular (V.M. Zenzinov) starea emoţională a locuitorilor din Sankt-Petersburg în zilele imediat premergătoare revoltelor de masă din februarie 1917.

„Toţi sunt agitaţi, neliniştiţi, dar nu sunt speriaţi. Simt la mine şi la cei din jur că toţi trăim aceleaşi sentimente şi acest lucru ne uneşte. Am avut această stare pe parcursul a câtorva zile şi nu o pot defini altfel decât, senzaţia unei anume camaraderii. E ca şi cum ar fi căzut barierele obişnuite care separă oamenii, prin stare, bogăţie, cultură.

— Oamenii s-au unit şi sunt gata să se ajute în toate; se prea poate că senzaţia unui risc comun a fost aceea care ne-a unit pe toţi. Oameni necunoscuţi vorbeau unii cu

alţii ca nişte vechi amici – prieteneşte, cu bunăvoinţă, fiind gata să-şi sară în ajutor chiar dacă şi-ar fi riscat viaţa, riscuri de care în acea vreme nimeni, probabil, nu-şi dădea seama. Această senzaţie de frăţie era foarte acută şi destul de bine conturată… Era, într-adevăr, senzaţia unei sărbători a tuturor, populare”.

E de menţionat că doar cu doi ani şi jumătate în urmă, în august 1914, aproape aceiaşi oameni trăiau o stare de fascinaţie similară. Atunci însă masele erau unite de admiraţia monarhică iar drept pretext pentru aceasta servise începutul Primului Război Mondial. Fotografiile de arhivă au păstrat până în prezent feţele agitate de fericire ale manifestanţilor întâmplători de pe străzile Petrogradului, Berlinului, Vienei şi Parisului, care ieşiseră să salute declaraţiile de război ale guvernelor lor…

Probabilitatea apariţiei reacţiei circulare creşte în perioadele de tensionări sociale. Este logic să presupunem că tensiunile, la rândul lor, apar atunci când situaţia e în mod obiectiv foarte proastă. Cercetările istoricilor şi psihologilor arată că, de cele mai multe ori, lucrurile nu stau aşa.

Încă marele savant francez din secolul al XIX-lea Alexis de Tocqueville atrăgea atenţia asupra faptului că crizei revoluţionare îi premerge, de obicei, o lungă perioadă de creştere a indicilor economici şi politici (cuantumul drepturilor politice, accesul la informaţie, perspectiva unei mobilităţi verticale ş.a.). De exemplu, nivelul de trai al ţăranilor şi meseriaşilor francezi înainte de începerea Marii revoluţii franceze era cel mai ridicat din Europa; la începutul revoluţiei anticoloniale din America de Nord acestea erau cele mai bogate şi bine guvernate colonii din lume.

În paralel cu creşterea posibilităţilor cresc

necesităţile şi speranţele oamenilor. Într-un anumit moment, creşterea indicilor obiectivi se confruntă cu o scădere relativă a acestora (de cele mai multe ori din cauza unui război ratat, declanşat de guvernanţii care, şi ei, au căzut pradă euforiei generale). Pe fondul aşteptărilor, care continuă să crească din inerţie, se declanşează o frustrare de masă, secundată, la rândul ei, de dispoziţii agresive sau (şi) panică.

Sintetizând diverse informaţii referitoare la preistoria situaţiilor revoluţionare, psihologul american J. Davis a elaborat un grafic integral care posedă un important potenţial de pronosticare. Am lucrat mult cu graficul lui Davis, l-am verificat pe materiale din ţări şi zone aflate la mare depărtare unele de altele, inclusiv din Rusia diferitor epoci. Concluzia generală e destul de paradoxală, dar e susţinută în mod real de mult material faptic. Atât timp cât oamenii o duc stabil rău (din punctul de vedere al unui observator din afară), aceştia nu simt o insatisfacţie bolnăvicioasă şi probabilitatea unor explozii din interior e minimă. Pericolul apare acolo unde aşteptările suni în creştere. A fost depistat chiar un sindrom socio-psihologic aparte, al omului din perioada de precriză *(Homo praecrisimos*), care solicită o atenţie deosebită din partea liderilor politici responsabili.

Cei interesaţi de aceste probleme pot consulta studiul lui J. Davis sau cartea mea „Crizele civilizaţioniste în contextul Istoriei universale” (vezi Bibliografia) şi, de asemenea, Anexa 2. Revenim la situaţia când posibilităţile de stabilizare politică preventivă au fost compromise şi s-a instaurat tensiunea socială. Mulţi oameni retrăiesc stări emoţionale similare la un nivel înalt de indefinire şi se gândesc la acelaşi lucru, formează grupuri, studiază tema care îi interesează, caută frenetic informaţii, răspândesc

zvonuri – toate acestea se transformă într-o inducţie emoţională reciprocă care se materializează în forme spontane ale comportamentului în masă. Liderii şi partidele experimentate organizează în această perioadă gărzi compuse din 2 – 3 agenţi. E de la sine înţeles că aceştia n-au niciun fel de semne distinctive (dimpotrivă, ei trebuie să semene la maximum cu nişte trecători obişnuiţi, „oameni din mulţime”), în schimb au o anumită experienţă, cunoştinţe, intuiţie, fermitate şi e de dorit să posede şi un minimum de însuşiri actoriceşti ca la timpul potrivit să poată interveni în desfăşurarea evenimentelor şi să prevină evoluţia nefastă a acestora.

Cum însă pot acţiona aceşti agenţi? Vom analiza acest aspect după ce vom lua cunoştinţă de clasificarea şi de caracteristica esenţială a mulţimii.

Categoriile mulţimii

Un volum impresionant de observaţii şi studii speciale ne-au permis să evidenţiem patru categorii de bază ale mulţimii, cu subcategoriile respective.

Mulţimea ocazională (engl, *occasion* – „întâmplare”) – o aglomerare de oameni adunaţi ca să contemple un eveniment neaşteptat (fig.4). Este cea mai obuşnuită dintre situaţiile de comportament spontan în masă, o situaţie pe care i-a fost dat s-o întâlnească oricărei persoane mature, fie ea dintr-un mediu urban sau rural. Cu toate acestea, voi prezenta câteva exemple.

Cursanţilor mei latino-americani le plăcea să povestească la această temă un banc vechi şi amuzant. „Într-un oraş american, pe o bancă stă un mexican cu o undiţă, deşi prin apropiere nu era niciun luciu de apă, şi foarte concentrat, dă la peşti pe asfalt. În jurul lui s-au adunat mulţi gură-cască, îl arată cu degetul şi râd. În sfârşit, unul dintre yankei îl întreabă:

Ascultă, cicano (aceasta e porecla dispreţuitoare dată mexicanilor în SUA), ai prins mult peşte?

Niciunul – răspunde serios mexicanul – şi nici nu-mi Trebuie. Eu nu prind peşte, eu câştig un pariu???

— Am pus pariu cu compatrioţii mei, unde sunt mai mulţi tâmpiţi, în Mexic sau în State. Am făcut experimentul acasă şi acum îl facem şi aici. Uite, pe banca aia stau băieţii şi vă numără…”

Una din micile capodopere ale ilustrului umorist american O’Hemy aşa şi se numeşte: „Comedia curiozităţii”. Personajele nuvelei, un tânăr şi o fată, sunt reprezentanţii imensului trib de gură-cască de pe străzi cărora cel mai mult le place să savureze nenorocirea cuiva. Scriitorul a observat că „aceşti fanatici ai curiozităţii se adună, aidoma muştelor, la locul oricărei întâmplări neobişnuite şi, ţinându-şi respiraţia, încearcă să îşi facă loc cât mai aproape”.

Aceşti tineri s-au cunoscut într-o mulţime de acest fel, s-au plăcut şi au hotărât să se căsătorească. În ziua nunţii, lângă biserică se adunaseră o mulţime de curioşi, dar eroii evenimentului nu se aflau la locul lor. Ulterior s-a constatat că atât la mire cât şi la mireasă, în cel mai nepotrivit moment, s-au declanşat reflexele convenţionale: văzând mulţimea, ambii s-au avântat din obişnuinţă în mijlocul ei, făcându-şi loc cu coatele şi împingându-i pe ceilalţi ca să răzbată în primele rânduri. În consecinţă, accesoriile de nuntă şi coafurile au fost compromise substanţial, iar mireasa avea o vânătaie sub ochi – într-un cuvânt, manifestarea a trebuit anulată.

Conform cercetărilor din domeniul culturii, predilecţia pentru constituirea mulţimilor ocazionale depinde nu numai de situaţia social-politică actuală ci şi de

un şir de factori istorici, printre care şi nivelul de înrădăcinare a culturii urbane. Eram copil când, după Festivalul tineretului şi studenţilor care a avut loc în Moscova în 1957, a început a se ridica uşor „cortina de fier”; chiar şi pe străzile oraşelor care nu erau capitale de republici şi-au făcut apariţia primii străini „în came şi oase”, străini pe care cei mai în vârstă nu-i mai văzuseră din timpul războiului iar copiii ştiau de existenţa lor doar din cărţi. Străinii puteau fi uşor deosebiţi de concetăţenii noştri după vestimentaţie, dar de o popularitate aparte se bucurau străinii de culoare.

Toţi sunt prietenoşi, cineva îi oferă oaspetelui în dar o insignă, altul îi cere ca amintire o monedă străină, un al treilea vrea să se fotografieze cu el. Acesta devine tot mai iritat şi începe să se înfurie (imaginaţi-vă dvs în locul lui!), spune ceva într-o limbă necunoscută şi, după câte se vede, este nervos la culme. Lumea din jur nu înţelege cu ce l-a nemulţumit pe

Fig. 4. Tabloul lui Vasiii Surikov „Boieroaica Morozova” În jurul săniei se îmbulzeşte o mulţime ocazionala.

Prietenul străin şi apoi încep să se audă comentarii decepţionate de genul: „Cât de mândri (răi, infatuaţi) sunt ăştia…”

Mi-au rămas întipărite în memorie scene din acei ani.

Merge pe stradă un bărbat de culoare, iar din urma lui – o droaie de oameni maturi şi copii.

Ceva similar se putea întâlni şi în literatura artistică a acelor ani. O nenorocire întâmplată cuiva atrage trecătorii, care, fără a se sinchisi cât de puţin, se adună înjur şi îşi exprimă cu voce tare curiozitatea compătimitoare.

Ca de obicei, virtuţile noastre sunt, de fapt, prelungiri ale defectelor noastre şi invers. Odată cu dezvoltarea culturii urbane se modifică valorile şi normele de comportament, oamenii se concentrează bolnăvicios asupra problemelor personale, devin mai puţin receptivi şi, totodată, mai puţin sâcâitori. În anii ’60, defilarea pe străzile Londrei a unor fete în pielea goală n-a făcut cine ştie ce vâlvă, pe când apariţia la Ankara a câtorva străine în fuste mini aproape că a devenit un eveniment de importanţă politică (despre aceasta voi vorbi în continuare).

Mulţimea convenţională (engl, *convention* – tf convenţie”) se adună pentru un eveniment anunţat anterior: lupte de cocoşi sau câini, meciuri de fotbal sau partide de box, mitinguri, concerte de muzică rock ş.a.m.d. În acest caz, predomină interesul bine definit şi oamenii, până la un anumit moment (până când mulţimea respectă convenţionalitatea), sunt dispuşi să urmeze anumite convenţii.

E de subliniat de la bun început că nu trebuie să confundaţi mulţimea convenţională cu *publicul* care se adună la teatru, operă sau conservator etc. Diferenţa terminologică a fost necesară, bineînţeles, nu pe motiv că psihologilor le-ar plăcea muzica clasică mai mult decât rockul, această diferenţiere este esenţial importantă şi sub raport funcţional.

La un concert simfonic sau rock oamenii vin cu anumite obiective şi scenariile unor eventuale desfăşurări ale evenimentelor sunt diferite, iar organizatorii se pregătesc diferit pentru acestea.

E de la sine înţeles că, dacă în timpul concertului simfonic, în clădire va izbucni un incendiu sau va exploda o bombă, se poate declanşa o panică în masă. O altă formă a panicii – nu o mulţime care se aruncă în toate părţile, ci o paralizie în masă a voinţei, poate avea loc în teatru atunci când acesta este invadat de terorişti înarmaţi. Este însă prea puţin probabil să se întâmple aceste lucruri şi e de datoria serviciilor de pompieri şi pază să reducă la zero această probabilitate. (Cu toate acestea, asupra destinelor ostaticilor poate influenţa prezenţa în sală a cel puţin două-trei persoane la curent cu mecanismele de comportament ale mulţimii şi care şi-au păstrat calmul. După evenimentele tragice din octombrie 2002, la spectacolul „Nord-Ost", am analizat special împreună cu studenţii posibilele acţiuni în situaţia când sute de cetăţeni au fost luaţi ostatici de un grup mare de terorişti înarmaţi până în dinţi şi care minaseră clădirea. (Celor care citesc aceste lecţii li se propune să analizeze independent această situaţie).

Spre deosebire de organizatorii unor manifestări „solide", organizatorii de concerte rock trebuie să ia în consideraţie de la bun început că au de-a face cu o mulţime care s-a constituit ca şi convenţională, dar datorită însuşirii generale a mulţimii ca atare (vezi în continuare) va degrada numaidecât în alte forme. Aceiaşi organizatori trebuie să pronosticheze aceste transformări şi să stăpânească procedee adecvate de intervenţie pentru ca situaţia să nu scape de sub control (fig.5, 6).

Mulţimea expresivă (engl, *expression* – expresie) este

cea care îşi exprimă ritmic anumite emoţii: bucurie, entuziasm, indignare etc. Observăm că spectrul dominantelor emoţionale este destul de larg, iar caracteristica de bază este ritmicitatea expresiei.

Fig. 5. Un miting în Piaţa Roşie din Moscova. O mulţime *convenţională*: oamenii s-au adunat într-un anumit loc şi la o oră anunţată din timp. Foto de V. Iu. Veatkin, corespondent al Agenţiei de Presă „Novosti”)

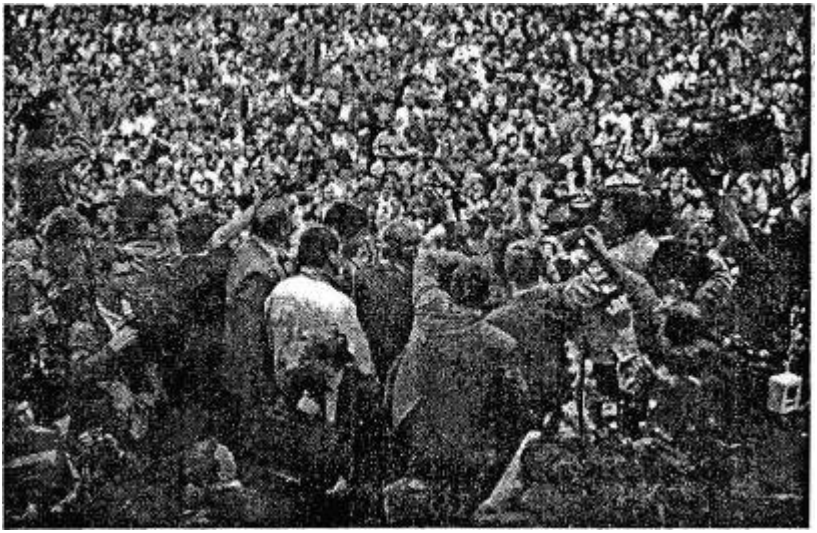


Fig. 6. Un miting în Piaţa Manejnaia din Moscova. O mulţime *convenţională* se transformă într-una *expresivă*. Foto de V. Iu. Veatkin, corespondent al Agenţiei de Presă „Novosti”.

Fig. 7, Microbişti în tribunele stadionului, în timpul unui meci de fotbal. Mulţime *expresivă*. Foto de V. Iu.

Veatkin, corespondent al Agenţiei Ruse de Informare „Novosti”.

E uşor să conştientizezi că e vorba de oameni carp scandează o lozincă la un miting sau o demonstraţie, care îşi susţin cu înflăcărare echipa preferată sau blamează arbitrul de pe stadion, care dansează la un carnaval etc. În anumite; cazuri, procesul de exprimare ritmică poate lua forme deosebit de intensive şi atunci avem de a face cu fenomenul extazului în masă (des.7, 8).

Mulţimea extatică (engl, *ecstasy* – extaz) reprezintforma extremă a mulţimii expresive. În extaz, oamenii înnebuniţi se biciuiesc cu lanţuri la sărbătoarea religioasă şiit „shahsey-vahsey”, îşi pierd minţile sub ritmul trepidant al rugăciunilor dintr-o sectă sau dansând la carnavalul brazilian, îşi rup hainele pe ritmurile muzicii rock… Dansul aducător, de moarte al Sfântului Vitta din Italia secolului al XIV-lea; face parte din aceeaşi categorie.

Mulţimea funcţională *ţactive)* reprezintă, din punef, de vedere politic, cea mai importantă şi mai periculoasă categorie de comportament spontan. În cadrul acesteia pot f delimitate câteva subcategorii.

Fig. 8.0 mulţime *expresivă* de microbişti la sfârşitul unui meci Patimile continuă să ia amploare. Foto de V. Iu. Veatkin, corespondenţi al Agenţiei Ruse de Informare „Novosti”.

Fig. 9. O mulţime *expresivă* transformându-se într-o mulţime *agresivă*. Foto de V. Iu. Veatkin, corespondent al Agenţiei Ruse de Informare „Novosti”.

Fig. 10. Iunie 2002: evenimentele din Piaţa Manejnaia din Moscova provocate de încheierea telereportajului despre meciul dintre echipele naţionale de fotbal ale Rusiei şi Japoniei desfăşurat în cadrul Campionatului Mondial de fotbal. (Naţionala Rusiei a pierdut.) o mulţime *agresivă*. Se poate distinge clar *nucleul* activ transformându-se într-o *periferie* „condescendentă”. Foto: Agenţia de Presă.

Mulţimea agresivă (aggressive): dominanta emoţională a acesteia este răutatea, furia, în însăşi denumirea subcategoriei se conţine clar şi orientarea acţiunilor acesteia (fig.9, 10).

Mulţimea panicată (panic; saving) este cuprinsă de groază; se caracterizează prin tendinţa fiecăruia de a se salva de pericolul real sau imaginar. În continuare, ne vom convinge că şi comportamentul panicat nu numai că nu este unul salvator ci de cele mai multe ori acesta se prezintă ca un factor mult mai periculos decât motivul care l-a provocat (fig. 11).

Mulţimea acaparatoare (greedy) reprezintă indivizi

care au declanşat un conflict pentru a intra în posesia anumitor bunuri. Acest termen, spre deosebire de ceilalţi, necesită anumite explicaţii. De obicei, în acest caz emoţia dominantă este avariţia, lăcomia care uneori se amestecă şi cu frică. O mulţime acaparatoare este constituită uneori de brokerii printre care s-a răspândit zvonul că anumitor acţiuni le creşte vertiginos preţul în oraşele ex-sovietice, mai ales în cele provinciale.

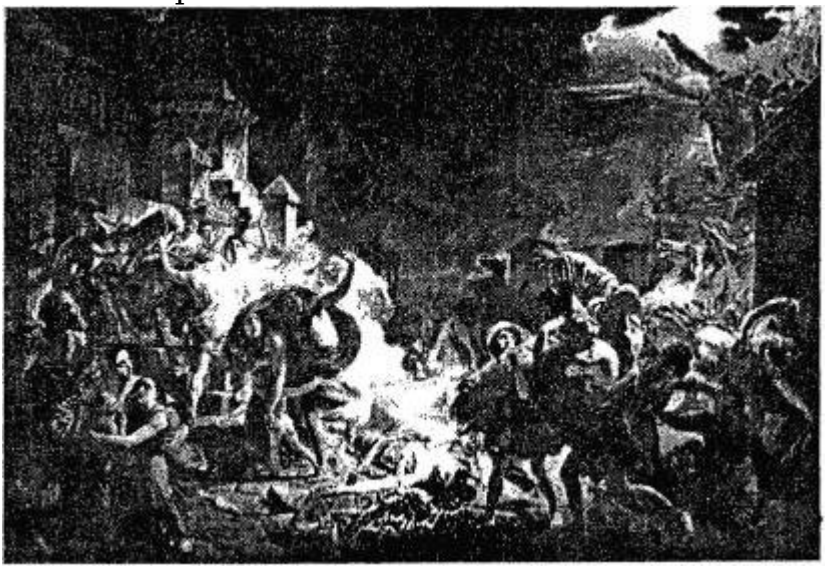


Fig. 11. Tabloul lui Karl Briullov „Ultima zi a oraşului Pompei”. Panica în masă.

Astfel de mulţimi apar atunci când în magazine „se bagă” marfa deficitară. În parlamente, se observă acelaşi lucru atunci când deputaţii îşi croiesc drum prin luptă ca să ajungă la tribună pentru a debita o ordinară banalitate pretins înţeleaptă.

Cuvântul „acaparator” (lacom) nu trebuie întotdeauna înţeles literal. Poate fi vorba şi despre o mulţime de oameni flămânzi cărora li s-au adus alimente,

dar nu a fost organizată o distribuire organizată. Sau despre locuitorii unui cartier îndepărtat care dimineaţa se grăbesc spre serviciu şi nu au mijloace suficiente de transport. Poate fi vorba şi despre potenţialii pasageri de la metrou care nu şi-au găsit locul în trenul care tocmai pleacă etc. (fig. 12).

Mulţimea rebelă (rebellious) are multe caracteristici comune cu mulţimea agresivă (e dominantă emoţia de furie), dar diferă de aceasta prin caracterul social (justificat) de indignare. Acest termen necesită explicaţii, căci noţiunea de „dreptate socială" pare aici arbitrară şi nu se înscrie în

Fig. 12. Iugoslavia, 1989. Creşterea galopantă a preţurilor la produsele alimentare de bază a transformat persoanele care stăteau la rând după pâine ieftină într-o mulţime acaparatoare: fără nicio exagerare, cumpărătorii trebuie să se lupte pentru a ajunge la tejghea. Foto de S. Jivulovici, corespondent TANIUG.

Schema operaţională. În realitate însă, diferenţierea dintre mulţimea rebelă şi cea agresivă este din punct de vedere operaţional tot atât de utilă cât şi diferenţierea

dintre mulţimea convenţională şi public (fig.13).

Problema e că o mulţime de oameni indignaţi pe bună dreptate, chiar şi la exterior se prezintă altfel decât „clasica" mulţime agresivă. Esenţialul e că aceasta are, de fapt, alte caracteristici. În prezenţa unui factor activ şi conştient, în acest tip de mulţime poate fi introdus un început organizaţional şi atunci mulţimea rebelă se poate transforma într-un grup unit (în caz contrar, aceasta poate degrada într-o formă de mulţime mai primitivă). Răscoala de pe cuirasatul „Potiomkin", din 1905, ne serveşte drept exemplu antologic, dar putem apela şi la exemple mai recente. Cei care au urmărit protestele, mitingurile şi grevele spontane din colectivele muncitoreşti (în special grevele din 1998 ale minerilor din Rusia) au putut observa că de cele mai multe ori acestea nu degradau în încăierări de masă, pogromuri şi alte acţiuni distructive. Comitetele sindicale numesc lideri responsabili care reuşesc să introducă elementul organizatoric în mişcarea de masă...

Fig. 13. Tabloul lui Eugène Delacroix „Libertatea conducând poporul" – o reprezentare antologică a mulţimii rebele.

Caracteristica fundamentală a mulţimii

Vă atrag atenţia asupra faptului că clasificarea propusă este una convenţională. În plan practic, cea mai importantă însuşire a mulţimii este *transformabilitatea:* o dată constituită, mulţimea este capabilă să se transforme dintr-o categorie în alta.

Transformările pot avea loc spontan, adică fără intervenţia conştientă a cuiva, sau pot fi provocate intenţionat, în mare parte, toate procedeele de manipulare a mulţimii cu anumite scopuri se bazează pe caracterul transformator al mulţimii.

Oricine a asistat la un meci de fotbal îşi poate aminti una dintre cele mai elementare transformări spontane. La începutul jocului, mulţimea convenţională se transformă într-una expresivă, iar obiectivul de bază al organizatorilor e să ia toate măsurile necesare ca în timpul meciului sau la finele acestuia mulţimea să nu se transforme într-una agresivă, acaparatoare (când mii de suporteri agitaţi se îndreaptă în acelaşi timp spre unica ieşire) sau panicată (provocată de o încăierare, incendiu, schimb de focuri etc.).

În 1982, o foarte populară echipă moscovită de fotbal s-a întâlnit, pe stadionul „Lujniki”, cu un club de fotbal din străinătate. Rezultatul era foarte important, dar jocul nu se lega. Spectatorii îşi cam pierdeau interesul pentru joc şi speranţa că favoriţii lor vor da golul decisiv. Cu vreo 15 – 20 de minute înainte de fluierul final al arbitrului, oamenii au început să părăsească tribunele, unii au reuşit să treacă dincolo de porţile de intrare iar alţii se aflau pe parcurs. Şi dintr-odată, în ultimul minut al meciului, golul mult aşteptat a fost marcat, generând o reacţie furtunoasă a suporterilor. Cei care reuşiseră să iasă de pe stadion au alergat înapoi ca să participe la jubilarea generală şi s-au

ciocnit în trecerea îngustă de cei care, sub presiunea celor din spate, continuau din inerţie să se mişte spre ieşire. Tragedia n-a putut fi evitată: zeci de oameni au fost striviţi mortal…

În 1974, pe alt stadion, unul acoperit, transformările s-au derulat puţin altfel, dar după un scenariu tot atât de tragic. Se disputa un meci amical de hochei între selecţionatele de tineret ale URSS şi Canadei; unul din sectoarele stadionului fusese în întregime rezervat turiştilor canadieni. Suporterii sovietici şi canadieni reacţionau prietenos, făceau schimb de comentarii vesele şi zgomotoase, dar cam simpliste (problema limbii străine).

Aproape de sfârşitul meciului, cei din sectorul canadian au aruncat în sectorul sovietic câteva ambalaje frumoase cu gumă de mestecat. E de menţionat că în acea vreme guma de mestecat era considerată un atribut al „modului burghez de viaţă”, iar la noi în ţară nu se producea şi nu se comercializa Deşi moscoviţii cunoşteau deja acest produs „subversiv” (cineva reuşise să-şi cumpere gumă din deplasările în străinătate, altcineva o cerşise de pe la străini sau o cumpărase de la bişniţari), pentru copii, acesta era cel mai dorit şi mai dificil de obţinut cadou.

Canadienii ştiau, de bună seamă, despre extraordinara valoare a gumei pentru oamenii simpli din Uniune. Nici până acum nu se ştie cu siguranţă dacă gestul lor a fost unul de prietenie sau o provocare intenţionată (cred că nimeni nu şi-a dat osteneala să clarifice acest lucru). Consecinţele acestui gest au fost groaznice şi ruşinoase.

Suporterii noştri, uitând de hochei, s-au îmbulzit în grămezi şi într-o luptă crâncenă pentru a înhăţa câte un pacheţel de gumă. Imediat s-au aprins blitzurile aparatelor

de fotografiat deasupra canadienilor (fotografiile cu sălbaticii ruşi, de după „cortina de fier”, care se băteau cu înverşunare pentru un pacheţel de gumă, au făcut mai târziu deliciul ziarelor occidentale). Îngroziţi de ceea ce se întâmpla, administratorii n-au avut o idee mai bună decât să stingă lumina în incintă. Spaima stârnită de întunericul de nepătruns a servit drept impuls pentru transformarea unei mulţimi acaparatoare într-o mulţime panicată. În îmbulzeala iscată au murit oameni, mulţi au rămas schilozi…

Acest gen de scenariu, de transformare a mulţimii (convenţională-expresivă-acaparatoare-panicată), este unul tipic. Să ne amintim două exemple antologice din istoria rusă.

În ziua de 18 mai 1896, ziua încoronării lui Nikolai al II-lea pe Câmpia Hodânsk (unde în prezent se află Prospectul Leningrad din Moscova) s-au adunat mai mult de 500.000 de oameni, mult mai mulţi decât ar fi fost în stare să încapă pe acel loc. Organizatorii manifestaţiei populare nu s-au obosit să ia măsurile necesare pentru a preveni îmbulzeala.

Oamenii aveau dispoziţie de sărbătoare; fuseseră convinşi să vină aici nu numai din dorinţa de a lua parte la evenimentul important şi de a participa la cheful general, ci şi în speranţa că ţarul le va oferi daruri. Fuseseră împărţite câte un pacheţel cu turte dulci şi câte o cană cu monogramă. Dar gloata e gloată, ea are toate simţurile ascuţite şi dulcea vorbă „de-a moaca” o atrăgea într-un fel aparte. Urletul cuiva: „Cadourile n-ajung pentru toţi!” a servit drept semnal pentru transformarea mulţimii din convenţională în acaparatoare.

Îmbulzeala tot mai mare i-a făcut pe unii să înţeleagă că ceva nu merge bine. Cineva s-a gândit să oprească

periculosul proces şi a început să cânte „Mântuieşte-i, Doamne, pe oamenii tăi”. Mulţimea a început şi ea să cânte, dar se vede că ritmul cântecului nu era întru totul adecvat situaţiei (vezi în continuare), în orice caz, cântarea colectivă a diminuat doar pentru puţin timp presiunea, care creştea din inerţie. Oamenii înnebuniţi de frică îi călcau în picioare pe cei căzuţi pe jos, îşi pierdeau cunoştinţa şi piereau în îmbulzeală.

Conform datelor oficiale, în panică au pierit 1389 de persoane şi 1300 au fost schilodite. Contemporanii acelor vremi dădeau şi cifre mult mai impresionante…

În martie 1953, în ziua înmormântării lui I.V. Stalin, nimeni nu împărţea turte dulci. De astă dată, motivul îmbulzelii mortale a fost dorinţa nestăpânită de a-l vedea cât mai de-aproape pe idolul decedat. Însă schema desfăşurării evenimentelor s-a dovedit a fi analogică şi noi, probabil, nu vom şti niciodată câte mii de moscoviţi au pierit în acea îmbulzeală…

Încă un scenariu caracteristic este ilustrat de un episod descris de psihologii americani. În anii ’20 ai secolului al XX-lea, în parcul unui orăşel, a fost descoperit cadavrul unei fetiţe albe de 14 ani; înainte de a fi ucisă fetiţa fusese violată bestial. Vestea despre descoperirea macabră s-a răspândit cu iuţeală şi oamenii au început să se adune în parc. Indignarea i-a luat locul curiozităţii iniţiale iar ipotezele lansate s-au transformat într-un nou zvon: „Negrii sunt criminalii!” Manifestaţia iscată spontan s-a deplasat spre primărie, sub acordul lozincilor rasiste şi al revendicărilor faţă de edilii oraşului. Pe drum au întâlnit doi negri tineri şi au început să-i jignească brutal. Unul dintre băieţi a îndrăznit să răspundă ceva şi atunci mulţimea expresivă s-a transformat într-una agresivă: tânărul a fost linşat.

A doua zi s-a stabilit că fetiţa fusese ucisă de către nişte criminali albi, evadaţi din închisoare. Se prea poate ca unora din cei care l-au linşat pe băiat să li se fi făcut ruşine, dar asta deja e cu totul altă poveste…

Caricaturistul danez H. Bitistrup ne arată cu mult umor în desenul său cum o mulţime extatică de fanatice se transformă odată cu încetarea acompaniamentului ritmic muzical într-o mulţime acaparatoare (des. 14).

V-am prezentat doar câteva dintr-o mulţime de exemple de cum se poate transforma spontan o mulţime, fără nicio intenţie ascunsă a cuiva. Aici însă trebuie să subliniez încă o dată: toate procedeele de dirijare şi manipulare a comportamentului în masă se bazează pe transformabilitatea mulţimii.

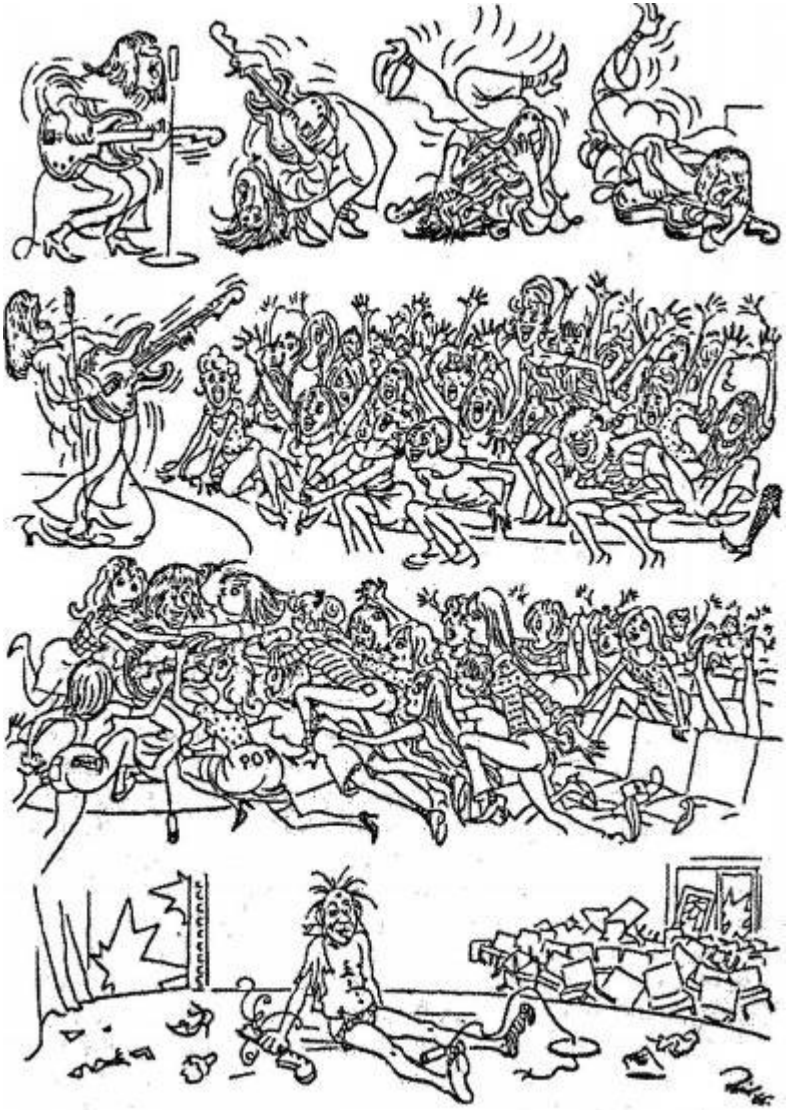


Fig. 14. Mulţimea *extatică* se transformă în mulţime *acaparatoare.*

Procedee de dirijare şi manipulare

Ajungând la acest capitol, este util să ne amintim despre ce obiect de studiu e vorba şi care este deosebirea propriu-zisă dintre o mulţime şi un grup. Apelând la procedee neadecvato obiectului de studiu şi situaţiei riscăm neplăceri serioase, iar uneori chiar şi vieţi omeneşti.

Judecând după mărturiile care ne-au rămas, Bastilia din Paris (1789) a fost asediată de o mulţime tipică, care ulterior s-a transformat dintr-una convenţională (parţial ocazională) într-una expresivă şi, în fine, în una agresivă (posibil, rebelă). Situaţia ar fi putut fi ţinută sub control dacă s-ar fi recurs la procedee tehnologice speciale.

Se pare însă că niciunul din procedeele pe care le vom analiza în continuare nu ar fi dat rezultate în octombrie 1917 în Petrograd, căci asediul Palatului de Iarnă se făcea nu de către gloată, ci de detaşamente organizate ale bolşevicilor. Aceştia aveau un plan bine chibzuit: grupuri de câte doi-trei oameni pătrundeau în clădire, se predau iunkerilor buimăciţi şi, obţinând cu timpul superioritate numerică, preluau controlul situaţiei, fiind în permanenţă în contact cu militarii din interiorul şi din afara Palatului. Se pare că doar mult mai târziu, îmbătaţi de izbândă, aceştia au început să manifeste simptome ale gloatei acaparatoare. Povestea e una banală: nu în zadar, încă din cele mai vechi timpuri, ostaşilor care cucereau prin luptă un oraş, comandanţii le permiteau trei zile „pentru relaxare”. J

Cele relatate vizează şi evenimente mai modeste în plani istoric. Microbiştii-huligani din Piaţa Manejnaia, în vara anului] 2002, se prezentau ca o mulţime care a suportat câteva j transformări consecutive şi, în cele din urmă, din cauză incompetenţei organizatorilor manifestării de masă, au început să se încaiere şi să distrugă tot ce le-a

ieşit în cale. „Capetele rase” care au organizat cu un an înainte un pogrom în piaţă au fost catalogate eronat drept gloată, aceştia reprezentau un grup de luptători cu un program de acţiune elaborat din timp, cu lideri şi disciplină internă. Prin urmare, în ambele cazuri se cereau măsuri şi procedee de influenţare absolut diferite.

În măsura în care noi ne-am limitat câmpul de studiu, este posibilă analizarea procedeelor de dirijare. Există procedee de influenţare a mulţimii atât din interior, cât şi din exterior. Ca să ne orientăm mai bine, e util să atragem atenţia asupra unui fenomen specific căruia i se spune *geografia mulţimii.*

Am remarcat anterior că mulţimea propriu-zisă nu are o structură de poziţie şi de dirijare şi că în procesul vertijului emoţional aceasta se omogenizează. Totodată însă, în mulţime deseori se stabileşte un parametru propriu al eterogenităţii spaţiale şi emoţionale, legat de intensitatea neuniformă a reacţiei circulare. Geografia mulţimii (se vede extraordinar atunci când mulţimea este filmată de sus) se defineşte prin diferenţele dintre *nucleul* cât mai dens şi *periferia* rarefiată. Efectul vertijului emoţional se acumulează în nucleu şi cei care se află acolo resimt mai puternic influenţa lui (fig.15).

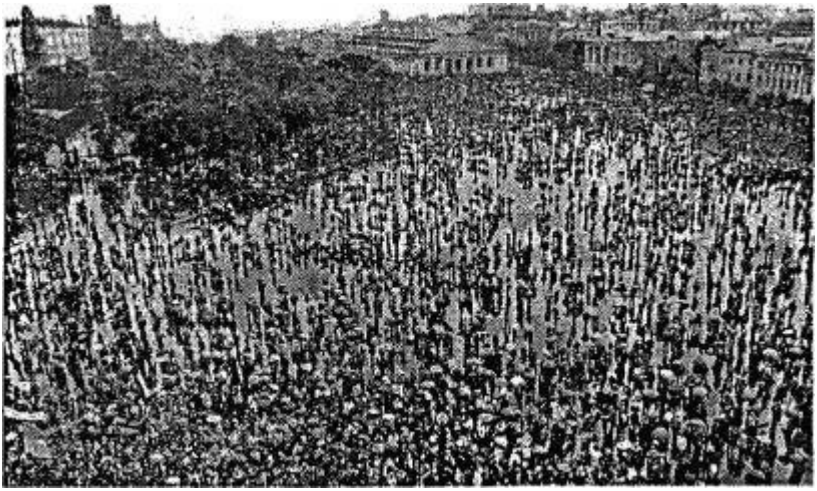


Fig. 15. Anul 1990, un miting din Piaţa Manejnaia. Geografia mulţimii: de sus se văd foarte clar acumulările dense (nucleul) şi periferia rarefiată. Foto de V. Iu. Veatkin, corespondent al Agenţiei Ruse de Informare „Novosti”.

De exemplu, tabloul tipic al pogromurilor în masă se prezintă în felul următor: doar o parte neînsemnată din mulţime sunt nemijlocit violatori şi ucigaşi; ceilalţi îi susţin activ (prin strigăte de încurajare, prin huiduieli etc.), o parte şi mai mare din mulţime îi susţine doar la modul pasiv, iar cei de la periferie sunt nişte gură-cască cu timp berechet la dispoziţie – aici se conturează deja caracteristicile unei mulţimi ocazionale. Tot acest contingent însă îi conferă nucleului puterea de motivare susţinută şi de senzaţia de anonimat şi impunitate…

De obicei, recomandăm ca influenţa psihologică *din exterior* să vizeze în primul rând periferia, fiind mai uşor de captat atenţia acesteia. Atunci când se acţionează *din interiori* le recomandăm agenţilor să pătrundă în nucleu, unde puterea de sugestie şi reactivitate sunt hipertrofiate.:

Există şi o condiţie esenţială pentru ca exemplele coni crete să fie cât mai bine înţelese. De cele mai multe ork [comportamentul spontan în masă este însoţit de neplăcerii serioase şi atunci trebuie să alegem „răul mai mic”. Depindej de sistemul de valori, de obiective politice şi calităţile morale ale grupului care acţionează pentru a determina care este răul cel mai mic.

E de la sine înţeles că scopurile pot fi distructive iar aprecierea ulterioară a acţiunilor să fie definită la modul decisiv de obiective ideologice. Mulţi ani de-a rândul ni s-a demonstrat că incendierea conacelor, demolarea bisericilor, căsăpirea feţelor bisericeşti şi mai apoi a chiaburilor-ciocoi, furtul proprietăţii (V.I. Lenin: „Jecmăneşte tot ce-i furat”) nu reprezintă altceva decât esenţa deşteptării conştiinţei revoluţionare a claselor umilite. Pe de altă parte însă nu se ştie cât timp mai rezista iobăgia în Rusia dacă în anii ’50 ai secolului al XIX-lea nu izbucneau în ţară răscoalele ţărăneşti cu „cocoşi roşii” (incendierea conacelor boiereşti) şi alte fărădelegi…

Desigur, nu vom putea în continuare să ne lipsim complet de criteriile de evaluare, însă, în linii mari, ne vom concentra atenţia asupra tehnologiilor Vom începe cu procedeele de influenţare din interior.

Aşadar, doi-trei agenţi, pătrunzând în nucleul mulţimii agresive (sau pe cale de a se transforma în agresivă), imită frica şi încep a răspândi zvonuri: „Se apropie de noi! Sunt înarmaţi!”. Uneori, aceste acţiuni sunt susţinute de împuşcături sau de sunete asemănătoare pe care le produc de după blocuri complicii agenţilor. Sub influenţa acestor stimulenţi, locul agresiunii în masă este luat de panica în masă, care în cazuri concrete poate fi considerată „un rău mai mic”.

O altă variantă: atenţia mulţimii agresive trebuie

orientată spre un obiect neutru. În acest caz, fie cel asupra căruia fusese iniţial îndreptată toată furia nu va cădea jertfa violenţei (acesta este unul dintre cele mai mârşave procedee politice, în genere, şi ale manipulării maselor, în speţă; uneori însă poate cădea jertfa însuşi provocatorul violenţei), fie mulţimea se va transforma din agresivă în acaparatoare, ceea ce poate fi considerat din punct de vedere al consecinţelor sociale un rău, lotuşi, mai mic.

Un episod din romanul lui A.N. Tolstoi „Calvarul": Sorokin, comandantul unui detaşament de ostaşi, a devenit ţinta indignării la culme a acestora în urma unor acţiuni dubioase. Aflându-se în faţa mulţimii dispuse agresiv şi nefiind în stare să fugă sau să se apere, a ales din gloată mutra cea mai răutăcioasă şi arătând-o cu degetul a strigat din răsputeri: „Uite duşmanul!" – şi gloata s-a aruncat asupra altei victime. Astfel, Sorokin s-a transformat din obiect al agresiunii în lider al gloatei agresive…

În anii '70, în ţările lumii a treia, s-a utilizat de câteva ori următorul procedeu: o gloată agresivă, agitată de liderii orientării de dreapta (fasciste, naţionaliste sau clericale) se pregătea să vandalizeze organizaţiile de stânga şi să-i agreseze pe membrii acestora care, chipurile, se vânduseră bolşevismului rus (sionismului mondial etc.) Când pe traseul mulţimii apărea un supermarket de lux sau o reşedinţă bogată, agenţii partidului de stânga infiltraţi în nucleu se aruncau spre acestea cu strigăte: „Iată-i! Ei sunt acolo!". Ceilalţi îi urmau şi, văzându-se în faţa unor bogăţii nepăzite, oamenii se apucau să le devasteze. Se înţelege că activiştii de stânga nu-şi făceau mustrări de conştiinţă pentru proprietarii jefuiţi, aceştia fiind „exploatatori burghezi" care deseori îi susţineau pe huligani sau chiar agitau masele pentru a-şi realiza scopurile politice. Chiar dacă ar

fi să respingem această motivaţie, ar trebui să înţelegem că magazinele şi reşedinţele devastate reprezintă, totuşi, „un rău mai mic” în comparaţie cu oamenii ucişi şi schilodiţi…

Iată şi un foarte bun exemplu din istoria noastră recentă. Pe 21 august 1991 a devenit absolut clar că puciul organizat mediocru de către CSSU (GKCP – CSSE-Comitetul de Stat pentru situaţii excepţionale) a eşuat şi odată cu acesta a luat sfârşit şi dominaţia de 74 de ani a pe US. După trei zile de emoţii şi aşteptări tensionate s-a instaurat o victorie necondiţionată a cetăţenilor ieşiţi spontan pe străzi asupra unei puteri aparent temute, dar spiritual secătuite.

Însă euforia succesului, amplificându-se conform mecanismului reacţiei circulare, îi conferea mulţimii tot mai pregnante caracteristici de gloată. Aceasta însă, completându-se cu noi elemente şi îmbătată de o putere neaşteptatăjinduia după noi victorii, pe alocuri se făcea resimţită setea de sânge. În Piaţa Dzerjinski (Lubeanka de astăzi) se concentraseră mii de oameni printre care se amplificau tot mai mult chemările de a lua cu asalt sediul macabru şi atât de detestat al KGB-ului. Dacă astfel de chemări ar fi fost ascultate, ar fi trebuit să ne aşteptăm la consecinţe extrem de grave şi la jertfe omeneşti.

În momentul decisiv s-a reuşit reorientarea atenţiei mulţimii de la sediul bine apărat, asupra monumentului fără de apărare al lui F.E. Dzeqiński care se înălţa în centrul pieţei şi care de mulţi ani părea simbolul de necontestat al acesteia. De altfel, s-a apelat nu numai la antipatia oamenulor faţă de acest personaj, ci şi la un mai vechi zvon precum că monumentul este turnat din aur curat acoperit doar la suprafaţă cu o vopsea neagră densă. (Se spunea că I.V. Stalin ascunsese rezerva de aur a ţării

astfel că „nimănui să nu-i treacă prin minte”; monumentul era amplasat şi păzit strategic: era de neimaginat că cineva s-ar fi putut apropia ca să-l „ciocănească”).

Au trimis după tehnica necesară pentru a ridica un monument de o asemenea greutate, şi gloata, savurând aşteptarea grandiosului eveniment, a şi uitat de intenţia de a asalta clădirea. S-a dovedit că monumentul smuls de pe postament nu numai că nu era de aur, ci nici măcar nu era turnat, fiind găunos pe dinăuntru. (Ulterior acesta a zăcut câteva luni în voia sorţii lângă Uniunea artiştilor plastici; copiii se târau înăuntru iar mămicile neatente, comentând supărat, îi scoteau de acolo, murdari şi plini de sine...). Mulţimea însă a avut parte de un spectacol pe cinste, iar faptul că emoţia dominantă a putut fi la timp reorientată de la furie la curiozitate a salvat nu o singură viaţă (fig.16) ...

Fig. 16. Moscova, 21 august 1991, Piaţa F.E. Dzerjinski (în prezent Lubeanka). Măsurile anunţate şi desfăşurate în mod operativ pentru înlăturarea adaosului monument au dstras mulţimea de la intenţia de a lua cu asalt edificiul KGB-ului. O mulţime potenţial *agresivă* (sau *rebelă)* a fost transformată într-o mulţime *ocazională.* A fost înlăturată primejdia care punea în pericol vieţile

oamenilor. Foto de A. V Poleakov, corespondent al Agenţiei de Presă „Novosti”.

Sunt cunoscute nu puţine cazuri când o mulţime constituită mai mult sau mai puţin spontan serveşte doar ca paravan pentru acţiunile intenţionate ale provocatorilor. Aşa s-a întâmplat, de exemplu, în oraşul Azerbaidjan Sumgait, în martie 1988. Protestul de masă împotriva posibilităţii de a transfera Nagorno-Karabah-ul în competenţa administrativă a republicii vecine (Armenia) a fost pregătit şi s-a desfăşurat cu participarea autorităţilor orăşeneşti, însă fără ştirea celor mai mari şefi. Preşedintele Consiliului municipal, un bărbat tânări în capul căruia ulterior s-au spart multe oale, a luat, în generalo decizie adecvată, conducând manifestaţia şi străduindu-se să ţină sub un control „civilizat” comportamentul mulţimii.

Un grup de huligani (mulţi dintre aceştia se aflau sub influenţa drogurilor) s-a desprins de mulţime şi a dat buzna lui apartamentele locuite de familii de armeni (verificând după! Listele întocmite anterior); au început să-i violeze şi să-i ucidăavând şi susţinerea binevoitoare a celor care asistau. Un tânărf care a reuşit să supravieţuiască celor trei zile de haos şi genocid şi apoi a luptat în Nagorno-Karabah mi-a spus o frază extraordinară (o redau aproape textual): „Există ceva mai) groaznic decât războiul şi ceva mai de preţ decât viaţa. Măcelul e mai groaznic decât războiul, iar demnitatea umană e mai de preţ decât viaţa”. Acest muncitor vrednic, tinichigiu din tată-n fiu, cu şcoală la seral, nu se deda niciodată la zămislirea aforismelor: aşa ceva nici c-ai putea scorni în liniştea biroului... îi

Mult mai diversificate sunt procedeele de influenţarea: mulţimii din exterior. Şi din nou cel mai

cunoscut dintre acestea e reorientarea atenţiei spre alt obiect. Voi menţiona încă o dată că şi în acest caz se recomandă, înainte de toate, orientarea atenţiei spre periferia mulţimii. O parte considerabilă a mulţimii; poate fi distrasă printr-un uşor accident de maşină, printr-un: joc popular în această societate, apelându-se la nişte jucători meseriaşi sau prin împărţirea ori comercializarea ieftină a unor mărfuri deficitare. Astfel, o mulţime convenţională sau expresivă se va transforma în câteva mulţimi ocazionale (sau acaparatoare), lipsind nucleul de seva emoţională.

Voi prezenta un exemplu extraordinar pe care mi l-au relatat participanţii la incident, ulterior cursanţi la psihologie în cadrul Institutului de ştiinţe sociale. Cazul respectiv ne demonstrează pregnant specificul mulţimii ca atare, spre deosebire de grupul organizat.

Partidul Comunist din Turcia fusese scos în afara legii şi se afla în semilegalitate, deranjând puternic nu numai organele de stat ci şi diverse organizaţii naţionaliste, fasciste sau fanatici religioşi. În 1969, a avut loc un nou val de isterie anticomunistă: o gloată de fanatici, în bătaia tobelor şi cu strigăte de „Allah akbar!”, au început asediul clădirii în care se afla comitetul de partid. S-a încins o luptă cu pietre şi cocteiluri Molotov (sticle cu amestecuri incendiare). Forţele erau inegale şi apărătorii imobilului erau în pericol de a fi ucişi.

Pe neaşteptate, în toiul luptei, pe stradă şi-au făcut apariţia patru tinere americance îmbrăcate în fuste mini. Respectiva modă se răspândise în Anglia şi în SUA, însă în Ankara încă nu se văzuse aşa ceva. Cursanţii mei mi-au demonstrat cu lux de amănunte cum, la început, cei care îi ţineau sub asediu şi-au întors doar capul – apoi s-au întors cu totul ca să savureze priveliştea de neuitat şi în cele din

urmă cea mai mare parte dintre aceştia au pornit în urma fetelor. Pe piaţă au rămas câteva zeci de oameni (nucleul) care au fost dispersaţi cu uşurinţă.

Îmi amintesc că analizarea detaliilor acestui incident ne-a captivat atât de mult, încât nu mi-a trecut prin minte să întreb care a fost soarta acelor fete temerare. Nu cred, totuşi, că li s-ar fi putut întâmpla ceva. Poliţia, destul de calmă atunci când era vorba de adversarii politici, probabil că de data asta a fost mai vigilentă: nu le prea convenea să se pună rău cu autorităţile americane.

De fapt, acest incident ar fi fost mai potrivit să fie servit drept exemplu în cazul transformărilor spontane ale mulţimii – „ieşirea pe scenă" a fustelor mini, absolut întâmplător, a fost atât de bine venită, deşi nimeni nu o planificase din timp. Am relatat-o însă aici pentru că ne demonstrează cât se poate de ilustrativ posibilitatea potenţială de a dirija o mulţime prin intermediul periferiei.

...În 1974, un grup de militari portughezi au organizat o lovitură de stat, izbăvind ţara de regimul de dreapta, de mulţi ani, al lui A. Salazar-M. Cajetan. S-a dat undă verde activităţii partidelor de stânga, mai ales partidului comunist, un partid dur şi intransigent, care anterior funcţionase într-o profundă ilegalitate. Dispoziţia maselor începuse să se radicalizeze. Colectivele muncitoreşti erau în fierbere, iar discuţiile despre „revoluţia socialistă" şi „dictatura proletariatului" au început să prindă sens. Pe de o parte, toate acestea erau resimţite ca nişte speranţe nemărginite, iar pe de altă parte, trezeau nelinişte atât în ţară cât şi în străinătate (vă reamintesc că Portugalia este membră NATO). Se cereau măsuri urgente de susţinere a noii puteri şi, printre altele, s-au derulat cursuri intensive „de ridicare a calificării" printre forţele de ordine.

Şi iată o întâmplare de la un miting agitat al muncitorilor grevişti din Lisabona. Oratorii plini de energie „înfierbântă” mulţimea, care scandează cele mai radicale lozinci, iar desfăşurarea de mai departe a evenimentelor este imprevizibilă. Greviştii sunt înconjuraţi cu un lanţ de poliţişti care încearcă, atât cât e posibil, să evite excesele. Din lanţul de poliţişti se îndepărtează unul, ţinând în mână un tranzistor la care era transmis un reportaj, direct de la meciul dintre două echipe populare de fotbal: „Porto” şi „Lisabona”. Peste un minut, sute de oameni pe faţa cărora se putea citi doar cu o clipă în urmă sfânta indignare şi disponibilitatea pentru cele mai hotărâte acţiuni, l-au asaltat pe ofiţer cu întrebări: „Care-i scorul? Cine câştigă?” S-au mai creat câteva focare de acest gen şi în zadar

Oratorii s-au străduit să capteze atenţia mulţimii prin chemările lor pline de patimă.

Apropo, aici s-a recurs la un procedeu deja perfecţionat de influenţare negativă a mitingurilor şi demonstraţiilor, chiar şi a celor autorizate, dar nedorite de autorităţi. În depărtare sunt instalate automobile cu megafoane prin care se transmit reportaje de fotbal, concerte ale artiştilor populari etc.

Iată de ce consultanţii le atrag atenţia organizatorilor de manifestaţii în masă ca acestea să nu coincidă în timp cu alte evenimente captivante pentru mase. Se recomandă, de asemenea, să se ia unele măsuri vizând necesităţile mulţimii: sucuri, răcoritoare, locuri unde să se adăpostească în caz de ploaie, arşiţă etc. În caz contrar, comportamentul mulţimii poate deveni imprevizibil şi se poate declanşa o panică cu consecinţe tragice din cauza unor factori nesemnificativi cum ar fi, de exemplu, o ploaie torenţială neaşteptată.

În afară de toate acestea, adversarii politici,

folosindu-se de „nişa ecologică” – lipsă, vor încerca s-o completeze cum ştiu ei mai bine distrăgând atenţia celor adunaţi, în cel mai rău caz prin distribuirea unor băuturi „fierbinţi” în loc de răcoritoare etc. La elaborarea unui scenariu este important să cunoaşteţi şi prognoza vremii şi, dacă e posibil, să consultaţi şi sinopticienii.

Din acest punct de vedere, un scenariu-model a fost elaborat în cadrul mitingului de susţinere a patronilor canalului de televiziune NTV pe 31 martie 2001. În colaborare cu sinopticienii, organizatorii au programat mitingul în prima duminică însorită a anului şi în cea mai aglomerată piaţă din Moscova – Piaţa Puşkin. Pe scenă au fost invitaţi actori şi moderatori TV populari. În oraşele învecinate cu Moscova s-a făcut multă publicitate printre studenţi şi elevii din clasele superioare, cărora li s-a achitat transportul până în capitală (cum s-a întâmplat acest lucru mi-au povestit chiar elevii din Kaluga).

Toate acestea erau însoţite de metode subliminale de influenţare a psihicului. Despre acestea vom vorbi în cadrul ultimei lecţii. Voi aminti doar că în colţul stâng al ecranului era prezent nonstop logo-u! „Susţinem NTV astăzi”, iar înainte de fiecare calup publicitar licărea inscripţia: „Le mulţumim telespectatorilor pentru susţinere”.

În consecinţă, mii de oameni au venit special pentru miting, reacţionând la o campanie inteligentă. Şi mai mulţi oameni care se plimbau în acea duminică frumoasă pe strada Tverskaia au trecut şi ei să-i vadă pe cunoscuţii artişti şi showman-i. Ulterior, o prezentatoare TV relata entuziasmată pe micul ecran: „Cincisprezece mii de oameni, lăsând la o parte treburile, au venit pe piaţă pentru a apăra libertatea cuvântului în Rusia”. Personal, mă interesează de ce, luând în consideraţie toate aceste

„dificultăţi” ale organizatorilor, numărul celor prezenţi nu a fost mai mare…

La mitingul din Piaţa Puşkin totul a fost organizat impecabil. Dar pentru faptul că nu s-a întâmplat o tragedie serioasă cu un an şi jumătate în urmă, la celebrarea a 850 de ani ai Moscovei, trebuie să-l mulţumim poate doar Domnului Dumnezeului nostru, Atotputernic şi Atotţiitor. Am în vedere show-ul grandios al unui muzician francez în piaţa din faţa Universităţii de Stat din Moscova.

O publicitate agresivă fusese lansată cu o săptămână înaintea evenimentului: în ziare, la radio şi televiziune erau anunţate clipele unice ale concertului. Se părea că unica îndatorire a organizatorilor era să adune cât mai multă lume în piaţă. Acest lucru le-a reuşit. S-au adunat mai mulţi curioşi decât puteau să încapă pe piaţă; bineînţeles că a început îmbulzeala. S-a văzut clar că în acest caz informaţia, mijloacele de transport, măsurile de protecţie a mulţimii convenţionale şi scenariul de evacuare erau insuficiente. Oamenii care stătuseră câteva ore bune în picioare au fost mai apoi nevoiţi să parcurgă pe jos câţiva kilometri.

Unii dintre studenţii mei care, deşi fuseseră preveniţi, au mers totuşi la concert, povesteau că în piaţă, şi mai târziu pe străzile ticsite de oameni, injuriile şi blestemele erau cuvinte de ordine. Bineînţeles că emoţiile negative le-au acoperit pe cele pozitive. Oamenii înrăiţi nu-şi dădeau seama că sunt norocoşi că au scăpat de o soartă mult mai crudă. Dacă ceea ce se prezenta pe scenă ar fi fost într-adevăr ceva ieşit din comun, exista o probabilitate foarte mare ca mulţimea convenţională să se transforme în una acaparatoare (unii şi aşa n-au putut să vadă nimic), agresivă sau panicată, iar consecinţele ar fi fost mult mai deplorabile…

În 1990, la capătul unei campanii antialcoolice care deja falimentase, în Celeabinsk s-a declanşat o „revoltă a vinului”: bărbaţii disperaţi că nu mai pot găsi alcool au început să facă scandaluri pe străzi şi să devasteze magazine. Trei zile la rând, mulţimea se aduna în orele de după masă şi se deda la scandaluri până dimineaţa. Din fericire, încă nu fusese semnalate jertfe omeneşti, dar venind în oraş, când urmele celor întâmplate erau încă proaspete, am obsercat vitrine sparte *şi* tejghele vandalizate. Am văzut şi un filmuleţ făcut de un amator îndrăzneţ de pe acoperişul unui bloc, film în care se vedeau cât se poate de clar contururile periculoase ale situaţiei.

Trebuie să menţionez că miliţia sovietică se afla în

Acea perioadă într-o situaţie disperată. Perestroika distrusese toate stereotipurile obişnuite ale societăţii totalitare şi nici măcar juriştii profesionişti nu aveau o opinie clară despre măsurile ce trebuie aplicate şi în ce cazuri prevăzute de lege; presa, care pentru prima dată în memoria generaţiilor în viaţă căpătase o libertate nesperată, a început să se întreacă criticând tot ce se putea critica.

Cu câţiva ani în urmă s-ar fi găsit foarte repede ac de cojoc pentru aceşti „huligani”, acum însă trebuia să fii atent ca să previi reacţia negativă a jurnaliştilor şi tot atât de imprevizibila reacţie a şefilor de partid. Dezorientarea care pusese stăpânire pe minţile miliţienilor, ale kaghebiştilor şi militarilor ducea de multe ori la paralizarea organelor de drept şi dezmăţul acţiunilor antisociale.

Organele de drept din Celeabinsk aveau urgent nevoie de o soluţie operativă originală şi aceasta a fost

găsită în colaborare cu psihologii moscoviţi (tratativele s-au derulat prin telefon). În recomandare se cerea să se găsească şi să fie prezentat la televiziunea locală un thriller străin captivant, făcându-i-se o publicitate intensă pe tot parcursul derulării.

Studenţii din ziua de azi cu greu pot înţelege farmecul unei asemenea soluţii. Pentru aceasta ar fi bine să-şi amintească de ascetismul televiziunii sovietice, la care priveliştea cea mai erotică ţinea de patinajul artistic, iar cea mai dinamică era un meci de fotbal din campionatul intern. Câţiva din „barosanii" acelor timpuri aveau deja aparate video şi exista chiar şi o reţea ilegală de casete video. Bineînţeles că miliţia îi cunoştea pe mai-marii afacerilor din economia subterană şi operaţia a decurs cât se poate de rapid. În a patra zi de la începerea tulburărilor de masă, când a debutat în oraş o vastă campanie publicitară şi a şi început la televiziunea locală rularea în serie a unui thriller erotic, mulţimea dispăruse de pe străzi.

Specialiştii în drept vă pot indica ce legi şi acorduri internaţionale (drepturi de autor, proprietate intelectuală) au fost încălcate în cazul respectiv. Cred însă că vor fi cu toţii de acord: mult mai important a fost faptul că s-au evitat escaladarea ulterioară a procesului, noi distrugeri şi posibilele jertfe omeneşti.

Unul din complexele procedee de influenţare a unei mulţimi în acţiune este legat de utilizarea ritmului. S-a demonstrat că o mulţime în acţiune este aritmică, spre deosebire de una expresivă, iată de ce un puternic sunet ritmat contribuie la respectiva transformare.

La sfârşitul anilor ’70 un ziar sovietic relata într-o rubrică ironic intitulată „Moravurile lor" că în Republica Sud-Africană a fost inventat „tancul muzical". Am aflat de

la cursanţii din KS A că, într-adevăr, era vorba de un tanc, adaptat special pentru lupta împotriva tulburărilor de stradă. În locul tunului adevărat fusese instalate tunuri care „împuşcau” cu un puternic jet de apă rece, iar în loc de mitralieră fusese instalate nişte boxe puternice care „împuşcau” în toate părţile cu muzică ritmată la volum maxim. Sub influenţa sunetelor, oamenii încep involuntar să se mişte în tact şi mulţimea se transformă din agresivă în extatică. Energia furiei se pierde în dans, evitând astfel o finalizare nefericită.

Invenţia africană nu a apărut, desigur, din senin. Psihologii studiază de mult timp influenţa uluitoare a ritmului asupra mulţimii, iar drept punct de plecare pentru acest studiu a servit amintita deja istorie a dansului Sfântului Vitta. Se consideră că dacă mulţimea a fost „agăţată de ritm” ea poate fi ţinută aşa cât se poate de mult: atât timp cât muzica răsună, oamenii care se află sub influenţa ei nu sunt în stare să se debaraseze, din proprie iniţiativă, de aceste farmece (de aici, probabil, şi poveştile populare despre armonica fermecată şi (lautul-minune). În cazul tulburărilor de stradă nu e recomandabil ca oamenii să fie sleiţi de puteri – unora le va ceda inima sau vor acuza alte dureri –, de cele mai multe ori obiectivul este doar de a câştiga timp.

Deja prin anii ’60 ambasadele americane din multe state din lumea a treia aveau „la înarmare” boxe puternice şi înregistrări muzicale rock. Procedeul era utilizat pentru cazurile în care demonstraţiile antiamericane care treceau pe lângă ambasada americană se transformau într-o mulţime agresivă. Şi paza firmelor de lux, a supermarketurilor şi saloanelor are parte de o asemenea pregătire „muzical-artistică” atunci când sunt anunţate demonstraţii de masă. Se recomandă de a întâmpina

mulţimea în marş cu bannere şi lozinci în rezonanţă cu dispoziţia mulţimii (Nu ne atingeţi! Suntem de-ai noştri!) şi cu o muzică relaxantă. Cu toate acestea, e bine să fie pregătite şi înregistrările cu muzică rock în cazul în care provocatorii vor reuşi totuşi să asmuţă mulţimea asupra „bogătanilor”!

Trebuie să menţionăm că pentru a influenţa diferitei categorii de mulţimi sunt necesare diferite ritmuri. După cum am observat, ritmul alert al rockului, twist-ului sauf shake-ului contribuie la transformarea unei mulţimi agresivei într-una expresivă. Asupra mulţimii cuprinse de panică sé va acţiona cu alt tip de ritm, despre acest lucru vom vorbi M continuare!

La sfârşitul acestei lecţii vă voi vorbi despre încă utt procedeu de contracarare a agresiunii în masă. Cum ani subliniat anterior, în mulţime individul îşi pierde senzaţia! De individualitate, se simte anonim şi deci liber de toatè responsabilităţile impuse de societate. Sentimentul entuj ziasmant că totul e permis şi că nimeni nu te va pedepsi pentru ceea ce faci constituie o condiţie importantă a acţiunilor în masă. Această convenţie poate fi distrusă prin procedeele *deanonimizării.*

Unii dintre autorii americani propun chiar un astfel de procedeu: prin mulţime mişună tipi posaci cu aparate foto sau cu blocnotesuri şi îi fixează făţiş pe cei mai activi dintre indivizi. Într-o etapă timpurie de constituire a unei mulţimi, acest procedeu poate că îi va face pe unii indivizi să se răzgândească şi va preveni acţiunile extremiste. Cu toate acestea, eu nu l-am recomandat niciodată, considerându-l prea periculos pentru sănătatea şi viaţa agenţilor.

În prezent, deanonimizarea se face cu procedee mult mai sigure. Pe acoperişurile blocurilor din apropiere se

montează camere video care să poată fi observate uşor sau (şi) se trimit echipe mobile de telereporteri. Acţiunile demonstrative ale acestora (cu căi verificate de a se salva în caz de pericol) contribuie la redarea identităţii indivizilor din mulţime şi, respectiv, la diminuarea efectului colectiv.

În lecţiile ulterioare vom reveni asupra problemelor discutate şi vom analiza o varietate de procedee suplimentare de comportament şi transformări ale mulţimii.

Trme pentru lecţia 2

Ce reprezintă noţiunea de „mulţime”?

Caracterizaţi mecanismele fundamentale de constituire a mulţimii. Prin ce se deosebeşte vertijul emoţional de comunicare?

Enumeraţi, caracterizaţi şi ilustraţi prin exemple personale categoriile mulţimii. Care este caracteristica de bază a acesteia?

Pe ce se bazează dirijarea comportamentului mulţimii şi ce procedee de dirijare cunoaşteţi?

Literatură suplimentară

Velder R., K voprosu o fenomene podsoznatelnoi agressivnosti (Despre fenomenul agresiunii subconştiente); Obşcestrennie nauki i sovremennost (Ştiinţele sociale şi contemporaneitatea). 1993. nr. 3 – 4.

Huggenbull A., Zloveşcee ociarovanie nasilia. Profilaktika detskoi agressivnosti i jestokosti i borba’s nimi (Farmecul funest al violenţei. Profilaxia agresivităţii şi cruzimii infantile şi lupta împotriva lor). SPB., 2000.

Le Bon G., Psihologia narodov i mass (Psihologia maselor). SPB., 1995.

Lorenz K., Agressia (tak nazâvaemoe „zio”) (Agresiunea – aşa-zisul „rău”). M., 1994.

Mirtov lu’. N., Besporeadki na stadione: popâtki năucinogo podhoda k probleme (Haosul pe stadion: încercări de abordare ştiinţifică a problemei); Teoria i praktika fiziceskoi kulturî (Teoria şi practica educaţiei fizice). 1988, nr. 2.

Moskovici S., Vek tolp (Secolul gloatelor). M., 1996.

Nazaretean A.P., Agressia, morali i krizisî v razvitil mirovoi kulturî (Agresiunea, morala şi crizele în dezvoltarăculturii mondiale). M., 1996.

Nazaretean A.P., Ţivilizationnie krizisî v konteksâi Universalnoi istorii. (Sinergetika, psihologia i futurologia) (Crizele civilizaţioniste în contextul Istoriei Universale, Sinergetica, psihologia şi futurologia). M., 2001.

Nazaretean A.P., Psihologia predkrizisnoge soţialnogo razvitia (Psihologia evoluţiei sociale în antecrizi); Psihologiceskii jurnal (Revista de psihologie). 2000. Vol.21 j nr. 1.

O’Henry, Comedia curiozităţii.

Revoliutionnîi nevroz (Nevroza revoluţionară) /Sost A.K. Bokovikov (Antologie de A.K. Bokovikov). M., 1998.

Freud S., Ich und Es (Eul şi şinele).

Davis J., Toward a theory of révolution. În: Studia A în social movements. A social psychological perspective. N. Yt 1969.

Smelzer N.H., Theory of collective behaviofe N.Y., 1962.

Toch M., Collective behavior: crowds and social movements. În: Handbook of social psychology. Vol.4. Lon «don, 1968 – 69.

Turner R.N., Killian L.M., Collective behavioi New Jersey, 1972.

Lecţia 3

Panica în masă: factori şi mecanisme

Panica e tot atât de veche ca şi istoria.

A.S. Pranghişvili la un moment dat, oamenii care nu s-au dovedit a fi la înălţimea situaţiei transformă pericolul în catastrofa. Pericolul se află în ei înşişi.

David Lloyd-George Praemonitus praemunitus (Cel prevenit este înarmat)

Proverb latin

Panica individuală şi în masă

Conform clasificaţiei prezentate anterior, mulţimea panicată reprezintă o subcategorie a mulţimii active (împreună cu alte subcategorii: agresivă, acaparatoare şi rebelă). Experienţa ne arată că această subcategorie este cea mai periculoasă dintre toate. După numărul de jertfe omeneşti, panica în masă, de obicei, depăşeşte cu mult mulţimea agresivă şi nu-i cedează nici la capitolul consecinţe.

Din cauza importanţei sale şi a pericolului social, panica în masă deseori este percepută ca „un produs special” şi studierii sale i se rezervă o atenţie mult mai mare decât celorlalte categorii.

Cuvântul „panică” provine de la numele lui Pan, zeul grecesc al păstorilor. Ei erau deseori martori la comportamentul straniu al turmelor de oi sau capre: acestea, din cauze absolut nesemnificative, ieşind total de sub control, se aruncau în apă, foc sau una câte una se aruncau în prăpastie.

Iată cum descria un astfel de comportament cunoscutul biolog A. Breme: „Fiecare zgomot suspect pune în gardă toată turma. Fulgerul, tunetul, furtuna şi vremea rea lipsesc turma de posibilităţile unui comportament normal; turma înnebunită se împrăştie prin stepă, oile cad în apă, în foc sau înţepenesc locului. În acest răstimp sunt acoperite de zăpadă, udate de ploaie, îngheaţă, pier de

foame, dar nu fac niciun efort pentru a se adăposti sau a-şi căuta hrană. Astfel, pier aiurea nu una sau două, ci mii de animale”.

Păstorii explicau acest fenomen demonic prin mânia lui Pan; în toate reprezentările acestuia, chiar şi în pictură mişcării Art Nouveau (M.A. Vrubel ş.a.) sunt prezente detalii care provoacă teamă.

Ulterior „împuternicirile” lui Pan s-au extins considerabil: acesta a devenit zeu al războiului, căruia i se închina toată Grecia. Legătura logică dintre munca paşnică a păstorilor şi activitatea militară pare stranie dacă nu ne vom aminti de particularităţile bătăliilor de atunci în comparaţie cu cele ale perioadei moderne.

Dezvoltarea ulterioară a tehnicii a asigurat posibilitatea unei retrageri organizate, când între unităţile care se retrăgeau şi inamic se păstra o anumită distanţă, iar părăsirea câmpului de luptă (cu trecerea pe poziţiile de rezervă ş.a.m.d.) nu era numaidecât una haotică. În antichitate însă, după cum ne spun istoricii militari, oştenii se luptau „la o lungime de suliţă sau cuţit”. De obicei, una din părţi, nemaiputând face faţă luptei, o lua îngrozită la fugă şi era urmărită şi ucisă de adversarul triumfător.

Herodot ne spune că recunoaşterea lui Pan ca zeu al războiului şi faptul că i s-a conferit acestuia un statut „al întregii naţiuni” sunt legate de victoria grecilor în lupta de la Marathon, atunci când inamicii lor, perşii, au fost cuprinşi de o panică nebună. Cunoscutul sol Phidopos, trimis în Sparta, povestea că pe drum l-a întâlnit pe Pan în persoană şi că acesta i-a poruncit să-i întrebe pe atenieni de ce nu nu îl cinstesc îndeajuns, el fiind atât de milos cu aceştia şi fiind dispus să-i ajute şi în viitor. După încheierea victorioasă a războiului, atenienii i-au ridicat un altar lui Pan la poalele cetăţuiei Acropole şi, în fiecare an, însoţiţi

de alaiuri cu torţe, îi aduceau jertfe…

Aşadar, termenul de „panică” presupune, din punct de vedere etimologic, caracterul de masă al fenomenului. În limbile contemporane, această etimologie este puţin înţeleasă şi cel puţin în psihologie se face o diferenţă între panica în masă şi cea individuală.

De altfel, panica în masă nu coincide întotdeauna cu o formă a mulţimii panicate. Panica în masă se poate prezenta sub forma unui sentiment de fatalitate sau paralizie a voinţei, atunci când o masă de oameni nu este capabilă să acţioneze decisiv într-o situaţie critică şi renunţă la a mai căuta soluţii independente.

Dispoziţia dominantă în societate poate, de asemenea, fără a lua forme extreme, să se soldeze cu o degradare accentuată a stării psihosomatice, cu o descreştere economică, cu o diminuare puternică a speranţei de viaţă, a natalităţii şi, ca urmare, cu procese de depopulare.

Medicul şi sociologul I.A. Gundarov, comparând diverse date statistice, a demonstrat destul de convingător că fenomenele respective din Rusia anilor ’90 au fost generate nu de factorii economici, aşa cum se credea, ci de cei spirituali. Ulterior, sintetizând datele şi pentru alte ţări, acesta a formulat „legea determinării spirituale a sănătăţii”, lege care ajută la o mai bună înţelegere a multor fenomene sociale tratate unilateral.

Se pare că temerile sociale au însoţit întreaga istorie umană. Psihologii germani (A. Huggenbull ş.a.) clasifică aceste fenomene, alături de agresiunea socială, drept constante antropologice: obiectul şi sursele fricii sunt evaluate istoric, dar rolul lor specific în paleta emoţională a dispoziţiilor sociale rămâne mai mult sau mai puţin constant. Respectiva concepţie nu mi se pare lipsită de

temei, deşi necesită proceduri ulterioare de verificare, de precizări şi analize. În speţă, în cadrul acesteia capătă o altă rezonanţă legea polarizării, formulată de A.P, Sorokin în timpul celui de AL Doilea Război Mondial. La o acutizare periodică a temerilor maselor aceasta se echilibrează prin amplificarea polului opus: dispoziţiile şi speranţele optimiste devin solicitări sociale (vom reveni asupra acestei legi la lecţia următoare).

De exemplu, Europa evului mediu târziu, care suportase o îndelungată criză ecologică, fusese invadată de catastrofe reale şi spaime iraţionale: oamenii se temeau îngrozitor de venirea sfârşitului lumii, de străini, de cei care aveau altă credinţă decât a lor, de femeile frumoase (erau considerate vrăjitoare), de bătrânele pocite etc. Drept compensare psihologică pentru astfel de dispoziţii au servit ideile umanismului şi progresului care începuseră în acea perioadă să se răspândească prin Europa şi care, alături de reforma Bisericii, au schimbat radical gândirea europenilor, pregătind astfel premisele pentru salvatoarea revoluţie industrială. V;

Stările de panică sunt de multe ori induse de spaimele *nevrotice*, adică de spaime inadecvate pericolului ca atare şi care sunt mai degrabă simptome ale unei maladii interioare* Acest detaliu este atât de caracteristic încât unii autori defineşt panica astfel: „groază generată de un pericol *aparent*" Astfel de definiţii sunt, probabil, uşor exagerate – panica poate f indusă şi de un pericol absolut real –, în continuare ne vom convinge că într-adevăr factorul decisiv al panicii este aproapf întotdeauna starea psihică a subiectului (a individului, societăţii grupului sau mulţimii).

Pe de o parte, panica se poate declanşa fără nici un pericol din exterior şi în majoritatea cazurilor este

exagerată îl raport cu pericolul real. Pe de altă parte, niciun pericol din exterior nu este suficient în sine pentru declanşarea panicii „Chiar şi atunci când panica este declanşată de un pericol extraordinar de mare – scria A.S. Pranghişvili –, natura psihologică de suportare a groazei este principial aceeaşi ca şi în cazul panicii induse de un motiv nesemnificativ (în ultimul caz, aceste particularităţi sunt mai pronunţate), căci în cele din urmă orice pericol important şi real poate fi suportat şi fără a intra în panică. Deci şi o spaimă puternică, însoţită de panică şi în cazul unui pericol real, poate fi considerată un fenomen secundar".

La modul cel mai general posibil putem defini acest fenomen în felul următor:

Panica reprezintă o stare de groază însoţită de o diminuare considerabilă a autocontrolului volitiv.

Rezultatul acesteia este sau stupoarea, sau ceea ce E. Krecimer numea „vârtejul mişcării", „reacţia hipobulică", adică dezorganizarea acţiunilor planificate. Comportamentul într-o situaţie de conflict interior devine *antivolitiv*|necesităţile primitive, legate direct sau indirect cu instinctul de autoconservare fizică, vor reprima necesităţile legate de autoevaluare.

Definiţia prezentată cuprinde toate formele panicii colective şi individuale multe alte caracteristici despre care vom vorbi în continuare sunt, de asemenea, valabile atât pentru panica individuală cât şi pentru cea colectivă. Tema noastră de studiu este, totuşi, comportamentul de masă, de aceea voi sublinia de la bun început că în unele cazuri, deşi destul de rar, o mulţime panicată se constituie din simpla adunare a unor oameni speriaţi.

Aşa s-a întâmplat, de exemplu, pe 30 octombrie 1938 în California, în timpul transmiterii spectacolului

radiofonic „Războiul lumilor”, după romanul lui H. Wells în care, conform scenariului, îngrozitorii marţieni-vampiri, aterizând pe Pământ, încep să decimeze omenirea. Ce-i drept, evenimentele principale au fost transferate din Anglia în America. Transmisiunea a fost organizată astfel încât ascultătorii aveau impresia că e vorba de un reportaj în direct. Planificarea şi propagarea impresiei de groază au fost executate cu multă măiestrie; se amintea, printre altele, că şi guvernul SUA este cuprins de panică etc. În consecinţă, mulţi au perceput spectacolul ca pe ceva real, şi-au abandonat casele şi agoniseala şi au ieşit în fugă pe străzi, formând din mii de oameni o mulţime panicată. La un astfel de „succes”, autorii spectacolului chiar nu se aşteptau…

Întâmplarea relatată a avut loc în ajunul celui de-al doilea Război Mondial, când atmosfera generală de aşteptare a tragediei se răspândise până şi în America. Această observaţie ne apropie şi mai mult de următorul punct al discuţiei noastre.

Factorii declanşării panicii în masă

S-a reuşit evidenţierea a patru complexe de factori (li se poate spune altfel condiţii sau premise) pentru transformarea unui grup mai mult sau mai puţin organizat într-o mulţime panicată.

1. *Factorii sociali* – tensiunile din societate provocate de dezastrele (care au avut loc sau sunt aşteptate) naturale, economice sau politice. Poate fi vorba de un seism, inundaţie; epidemie, o insuficienţă reală sau imaginară de produse alimentare, schimbarea bruscă a cursului valutar, o lovitură de stat, izbucnirea sau purtarea anevoioasă a unui război etc. Uneori tensiunile sunt condiţionate de amintirea unei tragedii şi (sau) premoniţia unei viitoare tragedii, apropierea căreia se face resimţită

după unele simptome prealabile.

Nu întâmplător am amintit de faptul că panica din California a avut loc în ajunul războiului mondial. De altfel, şi viaţa din Europa Occidentală avea parte din abundenţă de astfel de evenimente. După război, acest spectacol radiofonic a fost reluat, în calitate de experiment, e drept, cam dur, în Ecuador şi Chile. Şi acolo s-au format mulţimi panicate, însă de proporţii mai mici. În Ecuador, atunci când oamenii au aflat că totul nu e decât o „glumă", mulţimea panicată s-a transformat într-una agresivă şi a devastat staţia radio.

Memoriile contemporanilor evenimentelor istorice de răscruce abundă în relatări despre panica ce se declanşa; parcă din senin în perioadele de tensiuni sociale generale. Astfel, istoricii francezi O. Cabanis şi L. Nasse, în cartea „Nevroza revoluţionară", prezintă o mulţime de mărturii caracteristice referitoare la perioada „Marii terori" care cuprinsese oraşele şi satele ţării în anii Marii Revoluţii Franceze. „Era de ajuns ca o fată care se întorcea seara de la câmp să întâlnească vreo două persoane necunoscute ca tot satul să-şi caute salvarea în cea mai apropiată pădure, abandonându-şi casele şi agoniseala la voia întâmplării. Altă dată, drept motiv pentru exodul general servea un stâlp de praf ridicat de o diligenţă în trecere".

Tensiunea socială ca premisă pentru panică este uneori folosită „meseriaş" de către afacerişti. Un politician indian mi-a povestit un episod aproape amuzant din cariera sa. În orăşelul în care locuia şi muncea erau periodic inundaţi de un râu care îşi ieşea din albie şi rupea digul artificial; de fiecare dată acest lucru le crea mari neplăceri orăşenilor şi inducea stări de nervozitate. La un timp după ultima inundaţie prin orăşel s-a răspândit zvonul că digul a fost spart din nou. A început panica: oamenii şi-

au abandonat casele şi s-au refugiat în partea de sus a oraşului, unde apa nu ajungea şi unde se afla şi casa viitorului meu interlocutor. Acesta, aflând despre cauza spaimei, le-a spus refugiaţilor că s-a întors cu o oră în urmă din locul cu pricina, unde, conform zvonurilor, ar fi fost făcută o breşă în dig.

Trăgându-şi sufletul, mii de oameni s-au oprit locului, unii au intrat în ospeţie la stăpânul casei, umplând casa şi împrejurimile. S-a încins o nesfârşită discuţie în stil indian despre Dumnezeu, despre suflet şi despre nimic, iar legea ospitalităţii orientale nu permitea să te arăţi nemulţămit de o asemenea invazie de oaspeţi. În sfârşit, amfitrionului îi

Veni o idee. „Cel puţin, aţi încuiat uşile când aţi părăsit casele?” – îi întrebă acesta. „Nu le-aţi încuiat? Dar vă imaginaţi ce fac acum în oraş cei care au răspândit acest zvon mincinos?”

Noul zvon, precum că în casele abandonate în pripă îşi fac de cap hoţii, s-a răspândit instantaneu printre oameni şi din nou mulţimea panicată s-a îndreptat buluc spre celălalt capăt al oraşului.

Interlocutorul meu nici nu-şi imagina că bănuiala sa şi zvonul desprins din aceasta sunt adevărate. Un grup de hoţi şmecheri a fost prins în flagrant, iar politicianul şi-a câştigat printre concetăţeni reputaţia unui om foarte inteligent, ceea ce i-a fost de mare folos în alegerile apropiate…

Factorii fiziologici: oboseala, foamea, privarea îndelungată de somn, starea de ebrietate sau influenţa drogurilor diminuează nivelul autocontrolului individual, ceea ce, în cazul unei aglomerări mari de persoane, se poate solda cu consecinţe nefaste.

În cadrul organizării manifestaţiilor în masă,

tragerea de timp şi atitudinea indiferentă a organizatorilor faţă de comercializarea şi consumul băuturilor alcoolice sunt considerate greşeli tipice. În condiţiile tensiunilor sociale, arşiţă sau frig etc., aceste erori amplifică posibilitatea de instaurare a panicii ca, de altfel, şi a altor transformări ale mulţimii.

Factori psihologici generali – inoportunitate, uimire, spaimă, generate de insuficienţa informaţiilor despre posibilele pericole şi procedeele de contracarare a acestora.

În toiul războiului de partizani din Nicaragua (pe la mijlocul anilor ’70) trupele guvernamentale au început a utiliza pentru prima oară gloanţele trasoare. Totul fusese atât de neaşteptat şi neobişnuit încât în câteva ciocniri detaşamentele călite de partizani s-au panicat şi au luat-o la fugă. Şocul psihic iniţial a fost redus la zero numai după ce partizanilor li s-a explicat mecanismul de funcţionare a acestui tip de armament, avantajele şi neajunsurile lui.

Sunt cunoscute cazuri când panica printre manifestanţi s-a declanşat din cauza faptului că mulţi dintre aceştia nu aveau o imagine clară despre situaţia politică şi statutul manifestaţiei. De exemplu, oamenii credeau că manifestaţia fusese autorizată de către autorităţi şi apariţia pe străzi a poliţiştilor cu reteveie i-a luat prin surprindere, şocându-i. Sau, dimpotrivă, unii dintre manifestanţi nu ştiau că acţiunea este autorizată şi reacţionau neadecvat faţă de poliţişti. Au existat episoade (despre care voi vorbi în continuare) când acţiunile imprevizibile ale unui grup mic dar bine organizat al adversarilor politici au generat dezorientare şi panică în rândurile unei demonstraţii de mii de oameni.

4. *Factori ideologici şi socio-psihologici*: lipsa unui obiectiv clar şi important, a unor lideri eficienţi care să se

bucure de încrederea generală şi, respectiv, un nivel scăzut al coeziunii de grup.

Cercetătorii panicii în masă au căzut de acord asupra faptului că anume aceşti factori au o importanţă prioritară faţă de factorii precedenţi. Ca o ilustrare curioasă a celor spuse ne poate servi un experiment de laborator în care a fost utilizată metoda modificată a homeostatului, foarte bine cunoscută psihologilor sociali.

Într-o sticlă mare şi incoloră erau introduse două obiecte sub formă de con legate cu frânghii; celălalt capăt al frânghiilor era ţinut în mâini de către participanţii la experiment. Ca dimensiune, fiecare dintre conuri putea trece de gâtul sticlei, nu însă şi împreună. Pe fundul vasului se mai afla o nişă prin care pătrundea apa şi, bineînţeles, că nivelul acesteia creştea.

Scopul participanţilor la experiment era să scoată uscate conurile din vas. Lucru pentru care primeau 20 de dolari. Cel care va avea conul ud va trebui el însuşi să achite 10 dolari. Astfel, „pericolul" era cotat la treizeci de dolari (să primeşti douăzeci sau să pierzi zece). Participanţii aveau posibilitatea să se înţeleagă din timp asupra unor acţiuni concertate.

Atunci când în laborator era invitat un grup unit cu o structură bine definită, cu încredere reciprocă şi o conducere eficientă, toţi se achitau uşor de sarcina pusă. Grupurile constituite la întâmplare (dacă nu se găsea un lider abil) şi colectivele cu conflicte interioare întâmpinau dificultăţi.

Cei care trebuiau să acţioneze ultimii începeau să se enerveze, nu se concentrau şi îi împiedicau pe cei dintâi (psihologii numesc acest lucru reflex ideomotor). Nervozitatea lor se transmitea celorlalţi, toţi se agitau, se învinuiau reciproc; nivelul apei din vas creştea şi odată cu

acesta creştea şi teama de a pierde treizeci de dolari. Simptomele declanşării panicii se fixau vizual – şi după comportamentul agitat, ţipete, expresia, feţelor – şi după indicii obiectivi: participanţilor la experiment le creştea tensiunea arterială, li se diminua reflexul piloerectil…

Respectivul experiment, pe autorii căruia nu-i poţi suspecta că nu au simţul umorului, demonstrează că pentru apariţia haosului şi panicii într-un grup slab integrat este suficient şi un pericol ridicol. În continuare, ne vom convinge nu o singură dată că pericolul poate fi unul imaginar sau, în orice caz, unul care nu poate fi nicidecum comparat cu comportamentul panicat rezultat.

Totodată, istoria războaielor, a revoluţiilor şi expediţiilor etc. ne oferă o mulţime de mărturii impresionante ale felului cum un colectiv unit de tovarăşi de idei a fost capabil, chiar şi în faţa unui pericol de moarte şi a extenuării totale, să păstreze o unitate de acţiune fără a arăta simptome ale panicii. A.S. Pranghişvili ne oferă un alt exemplu. „S-a demonstrat prin cercetări speciale – scria acesta – că membrii echipelor de medici, pompierii şi alte servicii care au drept scop acordarea de ajutor victimelor seismelor nu intră niciodată în panică”.

Explicând o asemenea rezistenţă la stres nu putem, bineînţeles, să nu luăm în consideraţie capacităţile individuale ale salvatorilor sau luptătorilor: tipul de sistem nervos, endocrin ş.a. Dar din literatură, din experienţa personală şi din cea a

Prietenilor mei, din cercetările mele psihologice pe parcursul mai multor ani, îmi este cunoscut faptul că oameni care suportă sloic cele mai înfiorătoare pericole, în particular, aflându-se câteodată în situaţii mult mai puţin traumatizante, fără actualizarea atitudinii de mobilizare şi acţiune practică, îşi pierd calmul.

Vom reveni ulterior la această problemă, dar pentru început vă voi oferi câteva exemple din trecutul îndepărtat. Istoricii şi-au exprimat nu o singură dată nedumerirea faţă de faptul că în noaptea Sfântului Bartolomeu temerarii hughenoţi, baza celor mai capabile unităţi ale armatei franceze, le-au permis derbedeilor din Paris să-i înjunghie ca pe nişte berbeci, fără a încerca măcar să se organizeze, să riposteze sau, în cele mai multe cazuri, să dea bir cu fugiţii. Atmosfera psihologică a măcelului le-a paralizat voinţa, le-a insuflat dispoziţia de fatalitate şi atitudinea de jertfa.

Autorii cărţii „Nevroza revoluţionară" vorbesc despre o lipsă ciudată de voinţă arătată de revoluţionarii francezi, cu ceva timp înainte atât de curajoşi şi hotărâţi – girondinii, dantoniştii, Robespierre –, în situaţiile în care elânşişi au devenit dintr-odată subiecţi ai terorii revoluţionare. „Când reciteşti paginile de istorie a revoluţiei ţi se pare că aceşti oameni, creaţi pentru luptă, au suferit o cădere de puteri exact în acele clipe când ei aveau nevoie de aceste puteri înzecite: cu o docilitate uimitoare ei se lăsau, sleiţi de puteri, duşi la masacru".

Oare nu acelaşi lucru se întâmpla cu mulţi dintre bolşevici, eroi ai Revoluţiei şi Războiului civil, în atmosfera de frică atotcuprinzătoare şi represiuni în masă însoţite de „înfierări ale întregului popor"?

Într-un astfel de moment, chiar şi un om puternic e în stare să simtă o stupoare psihică, aidoma unui bizon agresat de o leoaică. Acest lucru îl avea în vedere tânărul din Sumgait (despre care am vorbit într-o\lecţie anterioară) când afirma că măcelul este mai groaznic dedat războiul…

Structura şi dinamica necesităţilor umane este de o asemenea natură încât oamenii, pierzându-şi voinţa şi

demnitatea, pot să degradeze într-o stare animală. Şi aceiaşi oameni, atunci când e vorba de ţeluri înălţătoare, sunt gata să-şi dea viaţa, să se arunce sub tancuri sau în foc. În acest caz, evaluarea din exterior a faptelor lor într-o situaţie extremă – drept eroice, criminale sau pur şi simplu prosteşti – depinde puternic de cât de mult concordă valorile individuale ale evaluatorului cu coordonatele valorice ale faptei evaluate.

Mecanismele de dezvoltare ale panicii

Observaţiile şi descrierile multiplelor cazuri de panică în masă ne-au permis să sintetizăm un anumit scenariu „mediu”.

Stimulentul şocant, foarte puternic şi repetându-se, generează spaimă, la început, unuia sau câtorva oameni. În mulţime, pragul de jos al agitării îl deţin, de obicei, femeile şi copiii, iar în situaţiile de luptă-soldaţii tineri şi lipsiţi de experienţă şi de botezul focului. Ei îşi trădează frica prin ţipete, de obicei, expresii simple („Arde!”, „Tancurile!”) sau interjecţii şi prin expresia feţelor şi mişcări stângace.

Aceşti oameni reprezintă sursa de la care se contaminează şi ceilalţi. Se declanşează o inducţie reciprocă şi amplificarea tensiunii emoţionale prin intermediul reacţiei circulare. Ulterior, dacă nu sunt luate măsurile necesare, mulţimea degradează definitiv, oamenii îşi pierd autocontrolul şi o iau la fugă panicaţi, o fugă care li se pare salvatoare dar care, de fapt, doar sporeşte pericolul.

Prezenţa în mulţime a femeilor şi copiilor (la salvarea prioritară a cărora nu se mai gândeşte nimeni) este de rău augur şi pentru că sunetele de înaltă frecvenţă – ţipetele femeilor sau ale copiilor – într-o situaţie stresantă acţionează în mod distructiv asupra psihicului. Din aceeaşi cauză, pentru

A contracara panica, individuală sau colectivă, se apelează!; i voci de bărbat, sunetul cărora are o frecvenţă mai joasă decât cele ale femeilor. Şi dimpotrivă, urletele cavaleriei ralmâce provoacă mult mai multă panică în rândurile inamicului decât bărbătescul „Ura!”

Voi apela la câteva observaţii, care vor corecta într-un fel scenariul „mediu” despre care am vorbit.

În foarte puţine cazuri, atunci când stimulentul care şochează este deosebit de puternic, panica în masă se poate declanşa instantaneu, fără stadii intermediare. E ca şi cum mulţimea, similară celei din cazul californian, devine o simplă sumă a unor oameni speriaţi de moarte, dar aici acţionează un mecanism diferit. În aceste cazuri foarte rar întâlnite, contrar definiţiei lui Pranghişvili, panica încetează de a mai fi un fenomen „secundar” şi devine în mod direct o reacţie aproape mecanică la stimulent. Judecând după descrieri, exact acest lucru s-a întâmplat cu cei din Hiroşima care se aflau nu departe de locul exploziei atomice, dar care nu au fost atinşi imediat de unda acesteia.

Situaţia inversă este mult mai tipică şi mai importantă din punct de vedere practic. Atunci când oamenii aşteaptă un eveniment groaznic, fiind necunoscute metodele de evitare a lui, un semnal pentru declanşarea panicii poate fi definirea verbală a evenimentului aşteptat. Sau orice alt semn ridicat de imaginaţie până la nivel ui unei surse de spaimă.

În Primul Război Mondial, nemţii au început să folosească pe frontul de vest gazele – o armă îngrozitoare, în faţă căreia era inutilă experienţa ostaşilor încercaţi, şi priveliştea chinurilor înainte de moarte a acestora depăşea tot ce se văzuse până acum. Utilizarea acestei arme a generat o puternică tensiune în trupele anglo-franceze.

Sunt descrise un şir de întâmplări de pe front când soldaţii nu erau atacaţi cu gaze, dar cuiva i se părea ceva şi urletul îngrozit „Gaze!” punea pe fugă batalioane întregi.

P.N. Simański vorbeşte despre panica declanşată de un soldat speriat care strigase „Bombe!” şi despre o brigadă dl turci epuizaţi în lupte care au intrat într-o panică nebună crezând că spre ei vine cavaleria grecească, când, de fapt, caii artileriei lor se întorceau de la adăpat.

Un general german recunoştea în memoriile sale că a intrat în panică împreună cu unităţile militare şi populaţia din cauza priveliştii soldaţilor ruşi luaţi în prizonierat; panica s-a răspândit mult şi în spatele frontului (toate acestea se întâmplaseră după nişte lupte crâncene lângă lacul Miulensk, în Primul Război Mondial). În timpul procesiunii de înmormântare a victimelor unui bombardament în oraşul francez Brèche, o panică nemărginită i-a cuprins pe cei prezenţi, care confundaseră o pasăre în zbor cu un avion inamic.

V.M. Behterev, bazându-se pe situaţii concrete, sublinia că „în teatre sau în alte locuri unde e prezentă multă lume e suficient ca cineva să rostească vocabula «incendiu» pentru a se declanşa o întreagă epidemie de spaimă şi panică, acesta cuprinzând instantaneu toată mulţimea şi având consecinţe grave”.

De exemple pe cât de ilustrative pe atât de tragice abundă şi începutul Marelui Război pentru Apărarea Patriei (Al Doilea Război Mondial – *n.tr.*). *D*rept laitmotiv pentru propaganda de dinainte de război servea teza precum că Armata Roşie va purta război doar pe teritoriu străin, căci puterile capitaliste nu vor îndrăzni să ne atace: guvernele burgheze înţeleg doar că soldaţii lor, copii de ţărani şi muncitori, vor întoarce armele împotriva duşmanilor de clasă. Pe acest fond, ofensiva în forţă a

trupelor fasciste în primele săptămâni ale războiului a fost un adevărat şoc.

Extraordinar de eficiente s-au dovedit a fi acţiunile armatei de tancuri a generalului german H. Guderian. Tactica „sacului lui Guderian" consta în faptul că tranşeele adversarului erau încercuite iar soldaţii erau decimaţi; o astfel de perspectivă îi distrugea psihologic pe ostaşii care ţineau piept atacului. Nemţii foloseau din plin această tactică. Erau cazuri când aceştia scoteau de pe motociclete tobele de eşapament, imitând zgomotul tancurilor în mişcare, fapt ce crea o panică de nedescris. Această panică ce dezorganiza trupele a şi servit ca prim motiv pentru crearea aşa-ziselor detaşamente de baraj din oameni ai NKVD-ului (ulterior devenit KGB – *n.tr.)* care aveau drept sarcină lichidarea celor care se retrăgeau fără ordin de pe câmpul de luptă…

(Sunt lucruri pe care mi le-au povestit tatăl meu şi lovarăşii săi de batalion. În mod intenţionat, n-am verificat dacă ceea ce povesteau ei coincide cu istoriografia oficială; felul în care participanţii la evenimente au reţinut acele momente este important şi pentru istorici şi pentru psihologi…)

Şi o ultimă observaţie, extrem de importantă în plan practic.

De obicei, imediat după impulsul care induce starea de şoc apare aşa-zisul *moment psihologic.* Oamenii sunt perplecşi, se află într-o stare de stupoare şi sunt gata să reacţioneze la primul impuls. Uneori reacţia lor e paradoxală. De exemplu, conform mecanismului freudian al contrareacţiei, din cauza fricii, omul se poate arunca în faţa pericolului fiind urmat şi de ceilalţi semeni.

Respectivul fenomen a fost descris cât se poate de pregnant într-un roman al lui A.S. Serafimovici. Cavaleria

cazacilor, cu săbiile scoase din teacă, a pornit într-o noapte la un atac neaşteptat asupra unui convoi fără de apărare în care se aflau doar femei, copii, bătrâni şi răniţi; moartea lor era inevitabilă. Oamenii au înţepenit locului, în aşteptare.

Dintr-odată „marea tăcere, umplută de un tropot surd, a fost sfâşiată de ţipătul unei mame. Ea şi-a înhăţat copilul, ultimul care îi mai rămăsese şi, strângându-l la piept, s-a aruncat în întâmpinarea iureşului de zgomote este se auzea din ce în ce mai tare.

A.P. Nazaretean – 82

Moarteal moartea!... moartea vine!

Ţipătul a fost preluat, ca o molimă, de zeci de mii de oameni:

Moartea!... Moartea!...

Şi mulţimea de oameni, atâţia câţi erau, au înşfăcat ce le-a ieşit în cale – care o nuia, care un braţ de fôn, care o arcă de înhămat, care un camizol, nişte vrejuri, răniţii şi-au luat cârjele şi toţi, înnebuniţi de frică, învârtind toate aceste lucruri deasupra capului, s-au aruncat în întâmpinarea morţii lor”.

În întuneric, cazacii n-au înţeles ce se întâmplă, s-au speriat şi ei şi au luat-o la goană.

Astfel de cazuri însă sunt destul de rare şi nu contează prea mult în contingentul general al situaţiilor de spaimă colectivă. Cu toate acestea, am atras atenţia în mod deliberat asupra importanţei practice a ultimului caz. Problema constă în faptul că momentul psihologic este cel mai potrivit moment pentru o schimbare de situaţie; o schimbare făcută de o persoană sau un grup de oameni nu prea mare, dar bine organizat, disponibili pentru a lua frâiele în mâinile lor... Vom reveni asupra acestei situaţii...

Prevenirea şi lichidarea panicii în masă

Pentru a defini măsurile de prevenire a panicii de masă trebuie să luăm în consideraţie premisele apariţiei acesteia.

Dacă vorbim de un grup constituit, orientat spre o anumită activitate în situaţiile de criză (un partid politic, o unitate militară, o expediţie ştiinţifică sau un detaşament de salvare etc.), atunci cea mai mare atenţie se acordă pregătirii ideologice şi organizatorice faţă de eventualele pericole, asigurării unei conduceri eficiente şi educării liderilor care să se bucure de cea mai înaltă încredere. Trebuie să subliniez că, în absenţa premiselor socio-psihologice ale panicii, un colectiv poate întâmpina cu demnitate cele mai dificile încercări.

Nu întotdeauna însă este posibilă o astfel de pregătire, de exemplu, în cazul manifestaţiilor în masă de pe străzi, la care iau parte o mulţime de oameni mai mult sau mai puţin întâmplători. În aceste cazuri, o importanţă deosebită revine luării în considerare a factorilor fiziologici şi generalpsihologici.

Anterior am atras atenţia asupra greşelilor tipice care constau în tărăgănarea manifestaţiilor şi în atitudinea indiferentă faţă de starea fizică a participanţilor (oboseală, stare de ebrietate etc.). În cazul unei tensionări sociale înalte şi al condiţiilor climaterice greu de suportat (prognoza complexă a sinopticienilor) trebuie să ne gândim şi la dinamismul mitingului sau demonstraţiei, pentru a reduce la maximum oboseala oamenilor şi alte lucruri neplăcute care decurg din aceasta. Se recomandă ca serviciul de pază să împiedice pătrunderea în rândurile manifestanţilor a unor persoane în stare de ebrietate şi a băuturilor alcoolice, prevenind astfel posibilitatea unor reacţii iraţionale, mai ales că unele ar putea fi chiar provocate.

După cum s-a menţionat deja, ar fi bine ca manifestaţiile să nu coincidă cu alte evenimente din oraş (meci de fotbal, carnaval etc.) în caz contrar, e posibilă, pe de o parte, „captarea” unei părţi importante a mulţimii şi transformarea acesteia într-o mulţime ocazională sau expresivă (nu atunci însă când acest lucru ar fi fost dorit de organizatori). Pe de altă parte, posibilitatea ciocnirii dintre două mulţimi (de exemplu, o demonstraţie politică se ciocneşte de o mulţime de suporteri agitaţi tocmai ieşiţi de pe stadion) poate avea consecinţe greu de prevăzut.

Este important să se evite aglomerările de persoane la sfârşitul unei manifestaţii, acest lucru putându-se solda cu neplăceri serioase. De exemplu, se recomandă ca după un meci de fotbal să se organizeze alte manifestări, mai mici ca amploare – de exemplu, întreceri între alergători sau luptători tineri, loterii, proiectarea unui film de desene animate pe tabloul electronic etc pentru a reţine o parte din microbişti în tribune.

Se vorbea că în anii ’60, pe un stadion din Tbilisi s-o anunţat că spectatorul care are la el poza soacrei sale va fi premiat cu un automobil nou Jiguli. E adevărat, nu s-a găsit niciun norocos care să-i poarte atâta dragoste soacrei sale, însă spectatorii intrigaţi n-au părăsit mult timp tribunele, Nu ştiu cât de real este acest episod, dar trebuie ştecunoaştem că a fost gândit destul de original.: f

Este extraordinar de important să se ia în consideraţie factorul general-psihologic al panicii: înainte de toate, informarea la timp a oamenilor despre eventualele pericole şi procedeele de contracarare a acestora. E de menţionat, că trebuie prevenită atât panica colectivă cât şi cea individuală1.

Filosofii, psihologii şi biologii au scris tomuri despre raportul dintre emoţie şi informaţie, acest aspect meritând

o analiză aparte. Vom vorbi doar despre unele aspecte, fiindcă acestea au legătură cu tema lecţiei. Voi menţiona de la bun început că toate cele relatate în continuare sunt explicaţii de natură neurofiziologică; eu, nefiind specialist în neurofiziologie, mă voi limita doar la laturile fenomenologice şi psihologice ale problemei.: i.

Încă de la Ecleziast, oamenii au înţeles că multă cunoaştere înseamnă şi multă durere şi cel care îşi înmulţeşte, cunoştinţele înmulţeşte şi tristeţea. O astfel de respingere a gândirii logice trece ca un fir roşu printre multe lucrări ale filosofilor religioşi. Există în tratatul unui gânditor din evul] mediu o asemenea parabolă. Se zice că un filosoi se apropie de un grup de femei care râd şi le zice: „Dacă voi aţi cunoaşte atât cât cunosc eu, plânsul vostru ar răsuna mai tare decât râsul vostru".

Tot ce se poate ca acest pesimist încrezut să nu fi observat, pur şi simplu, că şi cunoaşterea se reflectă prin prisma valorilor şi a obiectivelor psihologice. Dacă vom apela la memorie, oricare dintre noi îşi va aminti şi de idioţi întristaţi şi de înţelepţi veseli. Psihologii şi medicii ştiu foarte bine cât de mult contează în asemenea cazuri problema comunicaţiei şi a metodei de prezentare a informaţiei.

Starea emoţională şi comportamentul omului în caz de pericol depinde în mare parte de imaginea subiectivă a situaţiei şi, ce e mai important, de rolul pe care credeţi că-l puteţi juca în această situaţie. Panica se poate declanşa atunci când situaţia este incertă şi inopinată pentru mine, nu ştiu care sunt procedeele de contracare a acesteia, nu am un plan de acţiune şi mă văd deja ca pe un obiect pasiv al evenimentului. Atunci însă când omul are anumite cunoştinţe (oricât de iluzorii ar fi acestea) şi un program de acţiune (chiar şi unul inaedevat), se simte ca un subiect

activ şi atunci situaţia psihologică se schimbă în mod radical. Se constituie o altă dominantă, atenţia se transferă de la frică şi durere la obiectivul stabilit, în consecinţă spaima dispare iar rezistenţa la durere creşte.

În anii de studenţie am făcut cunoştinţă cu un tânăr revoluţionar din America Latină, un cunoscut erou, care a fost torturat în închisori, dar care a dat dovadă, în ţara sa, de fapte inimaginabile de vitejie. În Moscova tânărul a răcit, l-am dus să consulte un medic şi acesta i-a prescris sinapisme. Aflând despre recomandarea medicului, revoluţionarul-erou s-a acoperit cu broboane de transpiraţie, s-a ghemuit de frică şi n-a vrut nici în ruptul capului să urmeze procedura, considerând-o insuportabilă. Era o reacţie absolut uimitoare pentru un tânăr de douăzeci şi patru de ani. „Dar e adevărat că-ţi rupeau degetele, te-au lovit în rinichi?” – încercam noi să-l facem să accepte procedura. – „Da, mă băteau bine”. – „Ei, şi atunci…?”. Băiatul însă era un om simplu, nu-i plăcea să reflecteze prea mult şi se pare chiar că nici nu a înţeles motivul nedumeririi noastre. Sora medicală n-a reuşit să-i pună sinapisme.

Ulterior, când mă ocupam la modul profesional de psihologie şi redactam, pentru ilegalişti, un curs special de rezistenţă la tortură (pentru a evita confuziile politice, cursul fusese intitulat difuz „Psihologia voinţei”), mi-a fost dat să analizez un volum impresionant de astfel de cazuri şi să mă conving că nedumerirea mea de atunci nu era decât o consecinţă a lipsei de experienţă.

Observam chiar cum un veteran de război, având la activ multe răni din luptă, începea să se neliniştească atunci când mergea la dentist. Vedeam cum ofiţeri experimentaţi ai forţelor aeropurtate aveau emoţii atunci când încercau să sară cg: paraşuta dintr-o turlă special

amenajată într-un parc de odihnăşi distracţie. Nişte surori medicale îmi povesteau zâmbind e atunci când le iau sânge din venă militarilor încercaţi trebuie să aibă mereu pregătită şi o sticluţă cu camfor – de obicei; aceştia leşină mai des decât doamnele gingaşe. J

Mi-am amintit şi de propria experienţă, mai ales de ceH sportivă, am discutat cu sportivi profesionişti şi cu psihologi sportivi. Emoţia pugilistului înainte de a intra pe ring şi a lupta împotriva unui adversar redutabil este similară cu cea a tenismanului aflat în aceeaşi situaţie. Faptul că pe ring vei primţ nişte lovituri pe care nu le poţi încasa pe terenul de tenis nu’s reflectă în paleta emoţională – atenţia este concentrată asuprgi altor lucruri. Într-adevăr, durerea provocată de loviturile încasatse resimte mai târziu, în vestiar, la duş, dar niciodată în timpul luptei. I

La antrenamente, în sala de scrimă, pentru a „ne încălzi” ieşeam la luptă fără cuirasă sau platoşă: aveam pe cap masemetalică, pe mâna dreaptă o mănuşă specială, care acoperepalma, iar trunchiul nu era apărat aproape de nimic. Loviturile! Cu muchia sabiei erau foarte dureroase, ne lăsau pe corp vânătăcontuzii şi nişte dungi roşii care nu treceau timp îndelungat* Sunt însă gata să jur că nimeni, atunci când lua floreta în mână, nu simţea frică în faţa duelului care avea să se desfăşoare, nu simţea acel gen de frică pe care o resimţeam în faţa bormaşinii, a seringii a bisturiului.

Toate acestea sunt exemple din aceeaşi categorie. Paraşutistul înainte de o săritură periculoasă, pugilistul pe ring, soldatul încercat în luptă şi chiar revoluţionarul în camera de tortură – toţi aceştia sunt subiecţi ai acţiunii care soluţionează problemele propuse printr-o orientare respectivă a concentrării şi o încărcătură emoţională (în

ultimul caz – ura faţă de călăi). Acelaşi paraşutist, pe turla de paraşutare special amenajată (unde prezenţa contragreutăţii şi a altor asigurări îţi garantează siguranţa fizică), pugilistul, soldatul sau revoluţionarul în aşteptarea unei proceduri medicale neplăcute pot deveni cu totul alte fiinţe. Ei se simt neajutoraţi, ca nişte obiecte ale unei activităţi străine şi această senzaţie apăsătoare, a lipsei de subiect, reprezintă o premisă suficientă sieşi spre instaurarea fricii şi durerii.

Am amintit despre durere şi vreau să subliniez încă o dată că, în pofida foarte răspânditei prejudecăţi precum că durerea fizică este una „curată", în realitate însă e vorba de aceeaşi imagine subiectivă. Respectiva imagine se prezintă ca un element din imaginea de ansamblu a lumii şi de aceea senzaţiile de durere depind în mod substanţial de tabloul actualizat al situaţiei.

În timpul celui de-al doilea Război Mondial, medicii americani au observat că doi din trei soldaţi şi ofiţeri aflaţi în spital cu răni grave, dar pe deplin conştienţi, nu se plângeau de mari dureri şi refuzau medicamentele analgezice, evitând dependenţa. Persoanele civile cu astfel de răni cauzate de accidente sau intervenţii chirurgicale suferă chinuri mult mai mari. Un specialist în aşa-numita medicină psihosomatică, D. Bykal, în cartea căruia au fost semnalate aceste fapte, le-a comentat, la prima vedere, într-un mod paradoxal: militarii „nu interpretează" senzaţiile provocate de o rană de luptă ca senzaţii de durere.

Un ostaş sovietic în vârstă mi-a povestit că după o luptă, a observat cu uimire că cizma sfârtecată era umedă, deşi înjur nu se vedea nicio băltoacă. Descălţându-se, a văzut că piciorul îi este plin de sânge. În iureşul luptei, omul nici n-a observat (!) că muşchiul pulpei i-a fost

străpuns de o schijă.

Şi un ultim exemplu, dintr-o zonă destul de neaşteptată, care ilustrează dependenţa dintre durere, frică şi modul de informare. J

Cei mai mulţi dintre cursanţii mei din cadrul Institutului de ştiinţe sociale erau bărbaţi, dar din când în când mai veneaiâi la cursuri şi femei. Analizând împreună cu ceilalţi procedeel de rezistenţă în cazul torturii, acestea mi-au atras atenţia asupra; unui detaliu. La sfârşitul anilor ’70, în Europa şi în AmericÉ începuse să intre în modă „naturaleţea” şi printre doamnelÉ inteligente devenise ceva de bon ton să refuze analgezicele în timpul naşterii: o doamnă adevărată trebuia să nască „natural S-au răspândit pe larg consultaţiile psihologice prenatale; cursurile şi manualele pentru cele care se pregăteau să nască!

Din aceste manuale am aflat cu stupoare că groaznicele) chinuri ale facerii nu sunt decât o particularitate a femeilor care ţin de cultura occidentală, în care naşterea este considerată în mod tradiţional un proces chinuitor. Femeile altor culturi, de exemplu chinezoaicele, se pare că nu resimt niciun fel de durercă ci doar ceva asemănător unei „senzaţii de maleabilitate”. Şi dimpotrivă, spuneau aceleaşi surse, doamnele europene suna atât de înnebunite de spaima în faţa inevitabilei dureri încă „interpretează” (din nou acest cuvânt ciudat!) numai în acest mod orice senzaţie fizică. J

O persoană care n-a fost niciodată pusă în asemenea, situaţie se simte incomod să judece despre astfel de lucruri J sper însă că cititoarele vor fi indulgente: n-am adăugat nimici de la mine, ce mi-au spus mie vă spun şi eu dumneavoastră. I Esenţialul aici nu constă în excursurile culturologice, ci în naturaprocedurilor. Obiectivul acestora

este de a transforma procesul de naştere într-o acţiune în care iehuza să nu se mai simtă ca un corp fiziologic pasiv, ci ca un subiect al acţiunii. Respectivei situaţii îi poate fi aplicată întrebarea: „Ce faci?”, şi răspunsul: „Nasc!”. Atunci când putem reorienta obiectivul psihologic, odată cu acesta se transformă toate senzaţiile şi valenţa lor emoţională. Astfel, naşterea se transformă dintr-un proces dramatic inevitabil în unul dificil, dar fericit…

Bineînţeles că toate cele menţionate se referă şi la spaimele de masă şi, în speţă, la prevenirea panicii în masă. De multe ori, organizatorii evită să prevină participanţii despre posibilele pericole, de teamă că o parte din aceştia vor părăsi manifestaţia. Desigur, în primul rând, aici multe depind de felul în care va fi servită informaţia – punându-se accentul pe pericol sau pe metodele de contracarare a acestuia. În al doilea rând, problema e dacă merită să gonim după cât mai mulţi participanţi şi să mărim posibilitatea panicii ulterioare, supunând riscului starea psihică, sănătatea, iar uneori chiar şi viaţa oamenilor.

De regulă, pericolul este invers proporţional cu nivelul de informare sau, mai exact, cu pregătirea operativă pentru acesta. Un caz mi s-a întipărit în memorie pentru toată viaţa.

În 1970, când în Chile se desfăşura o campanie electorală tensionată şi destul de dramatică, susţinătorii celor de dreapta au găsit o metodă eficientă de a lichida demonstraţiile de stânga. Imaginaţi-vă că o coloană de mii de susţinători ai lui Salvador Allende se deplasează pe una din arterele oraşului, în frunte cu lideri populari. Când primul eşalon al coloanei trece de prima intersecţie de după colţ apare un grup de tineri, în jur de patruzeci, înarmaţi cu măciuci şi boxuri. Aceştia separă liderii

(„capul”) coloanei de restul manifestanţilor, şi se aruncă asupra manifestanţilor împărţind energic lovituri. Paza demonstraţiei nu reuşeşte să se orienteze la timp şi să riposteze, cei din spatele coloanei nu văd ce se întâmplă, dar li se transmite spaima celor din rândurile din faţă şi în doar cinci minute mii de oameni fug în toate părţile, călcându-se în picioare. Nu s-au înregistrat jertfe doar datorită faptului că, slavă Domnului, strada era largă şi avea multe ieşiri.

Dar ulciorul nu merge de multe ori la apă. După două sau trei eşecuri, simpatizanţii de stânga au descoperit o contramăsură care s-a dovedit a fi extrem de simplă. De fiecare dată când coloana se apropia de vreo intersecţie, cei din serviciul de pază se apucau de mâini şi făceau un lanţ viu de-a lungul demonstranţilor. Sau, în paralel cu demonstranţii, însoţind primele rânduri, se deplasau două camioane cu gabarit depăşit. Se puteau inventa şi alte procedee, esenţialul însă este că demonstranţii se înarmaseră cu cunoştinţe despre un eventual pericol şi erau pregătiţi psihologic să-i facă faţă.

Amintitul caz, cu oamenii care se ţin de mâini, este şi un procedeu de contracarare a dispoziţiilor de panică. Pe de o parte, senzaţia de susţinere fizică a tovarăşilor duce la creşterea stabilităţii psihologice. Pe de altă parte, o astfel de poziţie îl împiedică pe inamic (poliţia sau provocatorii) să rupă rândurile; odată cu ruperea rândurilor, oamenii se pierd cu firea, se simt neajutoraţi şi panica devine inevitabilă.

Interpretarea în colectiv a unei piese ritmate cunoscute de toţi este unul din procedeele verificate în timp. În cadrul lecţiei anterioare am vorbit despre faptul că mulţimea activă este aritmică, de aceea sunetul ritmic stimulează transformarea acesteia într-o mulţime

expresivă sau, în cazul dat, împiedică transformarea mulţimii expresive într-una activă (panicată), însă dacă pentru blocarea agresiunii în masă se apelează la ritmuri alerte, la contracararea panicii poate servi un ritm mult mai lent, de marş sau imn.

Un asemenea ritm poate juca un rol pozitiv chiar şi după ce s-a declanşat panica. E de dorit ca, în toate cazurile, să avem pregătite muzica şi boxele adecvate, deşi nu trebuie să ne pierdem cu firea chiar şi dacă acestea ne lipsesc.

Iată un exemplu antologic din Europa de dinainte de război. În 1938, pe stadionul naţional de ciclism din Paris, după ce cursele au luat sfârşit, a izbucnit un mic incendiu. A fost localizat foarte repede de către pompieri, dar zeci de mii de oameni reuşiseră deja destul de energic să se îndrepte spre ieşire. Situaţia începea să devină extrem de periculoasă. Din fericire, în mulţime se aflau şi doi psihologi care s-au orientat la timp şi au prins a scanda cu voce tare: „Ne pousse – pas!” (Nu împinge!). Cei din jur au început şi ei a scanda, chemarea trecând ca un val peste mulţime. Peste câteva minute, mii de oameni scandau aceste cuvinte; mulţimea se transformase în una expresivă, entuziasmul comun a luat locul fricii şi îmbulzelii şi toţi au părăsit cu bine tribunele…

În prefaza şi stadiul incipient al panicii ne poate fi de un real folos umorul. Cunosc cazuri extraordinare din diferite ţări când o glumă spusă la locul potrivit detensiona situaţia, iar prestanţa unui umorist foarte popular schimba radical dispoziţia mulţimii. De cele mai multe ori e vorba de jocuri de cuvinte şi alte ambiguităţi lingvistice care cu greu pot fi redate în altă limbă. Voi menţiona doar un exemplu din istoria recentă a Rusiei.

Pe 20 august 1991, în cel mai tensionat moment de la

Casa Albă (instituţia similară din Rusia, nu din SUA – *n.tr.*) atunci când toţi se aşteptau la un asalt cu tancuri, în faţa celor prezenţi şi-a făcut apariţia, în carne şi oase, popularul umorist Ghenadi Hazanov. Imitând vocea lui M.S. Gorbaciov, care se afla încă la Foros, acesta a rostit lent: „Politica nu poate fi făcută cu mâinile murdare şi tremurânde…” Era o parafrază a unui motiv arhicunoscut şi care putea fi des auzit în cuvântările preşedintelui URSS (despre mâinile murdare din politică); motivul fusese completat cu menţionarea mâinilor tremurânde ale preşedintelui GKCP (Comitetul de Stat pentru Situaţii excepţionale-ţi.fr:), văzut la televiziune cu o zi înainte.

Cuvântarea lui Hazanov – „Gorbaciov” a fost întâmpinată cu hohote de râs, un râs de uşurare, şi aplauze furtunoase. Mulţi dintre participanţii la eveniment consideră acea „cuvântare” drept momentul psihologic de criză în epopeea puciului eşuat…

Analizând procedeele de lichidare a panicii izbucnite e util să ne amintim ce s-a vorbit anterior despre *momentul psihologic*. Sunt cunoscute procedee de revenire la acest mo-ment care, ţin să repet încă o dată, este cel mai potrivit pentru începerea unei îndrumări eficiente.

Se apelează, de exemplu, la un stimulent obişnuit. Oamenii s-au obişnuit să stea nemişcaţi atunci când se interpretează imnul naţional şi acest reflex condiţionat poate fi reactualizat din primele acorduri, date la maximum, ale imnului.

Un alt procedeu constă în utilizarea unui stimulent care să inducă o stare puternică de şoc. De exemplu, un foc de armă într-o încăpere închisă le induce oamenilor o stare de dezorientare, oamenii se pierd cu firea pentru câteva momente şi devin disponibili pentru măsuri organizatorice. De fapt, acest lucru este similar cu palma

aplicată sau cu un alt impuls mai puternic cu care un medic experimentat îl scoate pe pacient din starea de şoc.

În timpul unei lupte, în zgomotul infernal al canonadei, un foc de armă n-ar fi avut, bineînţeles, efectul scontat. Focul de armă poate fi înlocuit cu împuşcarea drept în faţă a propriilor soldaţi care părăsesc fără ordin poziţiile, personal însă nici nu vreau să comentez o astfel de recomandare. Din literatură aflăm că au existat cazuri de încetare a panicii pe câmpul de luptă printr-un ordin venit pe neaşteptate.

Comandantul de divizie vede cum unul din regimentele sale se retrage îngrozit de un inamic imaginar. Tăindu-le calea celor care se retrăgeau, acesta a strigat cu putere: „Staţi pe loc! Descălţaţi cizmele!” Răcnetul comandantului a avut într-adevăr efect. Soldaţii au început să-şi scoată cizmele, atenţia lor s-a transferat de la un pericol imaginar asupra unei acţiuni concrete, ulterior reuşindu-se aducerea regimentului în stare de luptă.

Dacă această întâmplare este veridică (şi, după părerea mea, este una din acele întâmplări pe care, cum se spune, nu le poţi născoci chiar dacă ai vrea cu tot dinadinsul), atunci, probabil că rolul de stimulent şocant i-a revenit inoportunităţii logice a acţiunilor comandantului de divizie.

O soluţie şi mai ingenioasă a găsit M. Neill, mareşal în armata lui Napoleon. Când soldaţii săi fugeau îngroziţi de pe câmpul de luptă, el şi-a trimis aghiotantul să le transmită următorul ordin: soldaţii trebuiau să fugă fără oprire exact zece kilometri. La primirea ordinului, trupele au mai alergat încă aproape trei kilometri, după care s-au oprit, şi-au revenit şi şi-au refăcut starea de luptă.

Ultima întâmplare e cât se poate de instructivă, interesantă psihologic şi merită o analiză detaliată. Ne vom

limita însă, la un comentariu succint. Acţiunilor antivolitive ale soldaţilor le-a fost redată inopinat capacitatea subiectivă a caracterului planic spontan, factor care i-a făcut să-şi revină la normalitate. Un astfel de procedeu poate fi utilizat cu succes în situaţiile neordinare ale vieţii cotidiene.

Bineînţeles, procedeele respective presupun şi prezenţa unor oameni care nu au căzut pradă stării generale şi sunt gata să ia frâiele conducerii în mână, în caz contrar, nici nu avem despre ce discuta. Iată de ce la organizarea corectă a manifestaţiilor în masă, în afară de serviciul de pază, mai există şi o echipă special pregătită (se pare că în rusă nici măcar nu există un termen special pentru aceasta, în America Latină i se spune *el equipo antipanico* – „echipa antipanică”). Aceasta este dislocată puţin mai departe de mase, nu participă la acţiunile generale, pentru a evita vertijul emoţional, şi este înarmată nu cu reteveie, boxuri şi alte accesorii ale luptei de stradă, ci cu înregistrări muzicale, boxe şi megafoane. Şi, ce e mai important, e înarmată cu cunoştinţe, experienţă şi intuiţie, ultima fiind fiica informaţiei…

Un ofiţer în rezervă al unui serviciu special latinoamerican (ulterior şi membru al unui partid revoluţionar) mi-a expus, mai în glumă, mai în serios, trei reguli ale: siguranţei individuale în mulţime, pe care le învăţase de *la* instructorii săi. Deşi regulile sunt destinate profesioniştilor acestea pot prinde bine tuturor.

Prima. Nu intra degeaba în mulţime (adică, dacă nu-i eşti la serviciu sau în misiune; în orice caz, stai cât mai departe de mulţime).

A doua. Pătrunzând în mulţime, gândeşte-te cum vei; ieşi de acolo (adică, cum s-ar zice, pe afară-i vopsit gardului înăuntru-i leopardul: nu intra undeva unde nu ştii

la ce te poţi; aştepta. Îmi mai amintesc o anecdotă din timpurile când în autobuze erau afişate inscripţii de genul: „Nu scoateţi capul! În afară!”, iar în Odesa, şoferii de autobuz li se adresau celor1 care încălcau regula: „Scoate-l, scoate-l, să vedem ce-o să bagi înapoi”…)

A treia. Dacă ai ajuns accidental în mulţime, imaginează-ţi că eşti la serviciu (adică, concentrează-te, nu-ţi pierde capul, nu te lăsa subjugat de vertijul emoţional şi aminteşte-ţi ce-ai fost învăţat să faci).

În fine, încă o remarcă. În popor se spune că niciun procedeu nu este destul de bun atunci când eşti atacat cu o rangă de fier. În realitate însă există şi procedee împotriva drugului de fier, numai că acestea nu sunt accesibile tuturor.; Un colectiv de luptători poate rezista eroic în faţa unui pericol de moarte, însă pragul de rezistenţă al mulţimii de pe stradă este foarte redus. Tot ce s-a spus anterior are drept scop optimizarea gestionării situaţiei şi minimalizarea riscurilor. Problemele tehnologiei însă cedează locul problemelor de morală şi inteligenţă politică: merită oare să apelăm la ajutorul maselor dacă pericolul este foarte mare?

Pentru astfel de cazuri au fost elaborate procedeele „demonstraţiei mobile”. Aici nu e vorba de mase, şi cu atât mai mult de gloată, ci de de un grup organizat şi nu prea numeros (incomparabil cu o manifestaţie de masă) de tovarăşi de idei cu o structură de conducere bine definită. „Demonstraţia mobilă” se deplasează pe un traseu stabilit şi în punctele fierbinţi, de un real pericol, membrii acesteia se despart pentru a se reuni din nou în următorul punct stabilit. Astfel de acţiuni pot fi destul de eficiente, dar bineînţeles că acestea nu ţin de sfera comportamentului spontan…

Teme pentru lecţia 3

Ce reprezintă panica şi care este etimologia acestui cuvânt? Care este raportul dintre panica în masă şi cea individuală?

Relataţi despre premisele panicii în masă: ce condiţii subiective amplifică (respectiv, diminuează) probabilitatea apariţiei panicii?

Care sunt mecanismele de constituire a panicii în masă? Ce reprezintă „momentul psihologic”?

Ce mijloace de prevenire şi lichidare a panicii în masă cunoaşteţi? Argumentaţi răspunsul, dacă se poate, prin exemple personale.

Literatură suplimentară

Behterev V.M., Rol unuşenia v obşcestvennoi jizni (Rolul sugestiei în viaţa publică); Gipnoz. Vnuşenie. Telepatia (Hipnoza, Sugestia. Telepatia). M., 1994.

Huggenbull A., Zloveşcee ociarovanie nasilia. Profilaktika detskoi agressivnosti i jestokosti i borba’s nimi (Farmecul funest al violenţei. Profilaxia agresivităţii şi cruzimii infantile şi lupta împotriva lor). SPB., 2000.

Gundarov I.A., Duhovnoe neblagopolucie i demograficeskaiakatastrofa (Dezastrul spiritual şi catastrofa demografică); Obşcestrennie nauki i sovremennost* (Ştiinţele sociale şi contemporaneitatea). 2001, nr. 5.

Pranghişvili A.V., Soţialnaia psihologia paniki 4 svete porneatia ustanovki (Psihologia socială a panicii prin prisma perceperii atitudinii); Issledovania po psihologii ustanovki (Studii de psihologie a atitudinii). Tbilisi, 1967 i

Revoliutionnîi nevroz (Nevroza revoluţionară); 1 Antologie de Bokovikov A.K., M., 1998.

Serafimovici A.S., Jeleznîi potok (Torentul de fier);!; Biblioteka mirovoi literaturî dlea detei (Biblioteca de literatură universală pentru copii), vol.26, M., 1979.

Simański P.N., Panika v voinah (Panica ÎÉ conflagraţii). M.; L., 1929.

Sorokin A.P., Dolgij puţi, Avtobiograficeskij roman (O cale lungă. Roman autobiografic), Sâktâkvar, 1991;

Şcerbatân Iu. V., Psihologia straha. Populearnaiäjenţiklopedia (Psihologia fricii. Enciclopedia pentru toţi) M., 2001.:

Baker R., Understanding panic attacks and over4 Coming fear. Oxford, 1995.

Bykal D, G., Psychology and medicine. Psychological dimensions of health and illness. N.Y., 1979.

— Panica în masă şi zvonurile

Lecţiile 4 – 5

Zvonurile percepute ca fenomen socio-psihologic

ŞI ca armă de luptă politică

Să vezi ce se întâmplă! Săpând ieri o tranşee, Ţâşniră două jeturi babane de coniac!

— Spionul apa de băut cu ţuică-o otrăveşte, Iar pâinea-i coaptă acum numai din solzi de peşte!

V.S. Vâsotki

Ca un caval e zvonul şi-i cântă în strună frică, Suspiciune, şi invidie, şi prepus…

W. Shakespeare

Haud Semper errat fama.

(Zvonul nu este întotdeauna mincinos)

Până nu faci foc, nu iese fum.

Proverb

Fenomenul zvonurilor şi studierea sa

În cadrul lecţiilor anterioare, zvonurile au fost amintite de mai multe ori în legătură cu constituirea şi comportamentul mulţimii. Înţelegem cu toţii destul de bine că importanţa acestui fenomen social şi politic depăşeşte cu mult cadrul aglomerărilor şi tulburărilor stradale.

La modul intuitiv pare destul de clar ce înseamnă un zvon, în realitate însă această noţiune este destul de confuză. Dicţionarele enciclopedice şi cele explicative (nespecializate)

Pun în legătură acest cuvânt[5] cu caracterul îndoielnic* minciuna sau informaţia neverificată.

Aproximativ astfel este tratată noţiunea de zvon de către majoritatea populaţiei. De altfel, uneori putem întâlni ceva similar şi în literatura de specialitate.,!

Voi apela la două exemple caracteristice. 1

Relativ recent a fost publicat un studiu sociologic care; se încheia cu o concluzie senzaţională: „Cu cât este mai înalt! Nivelul de instruire şi mai îndestulată baza materială a unui individ, cu atât este mai pronunţată predispoziţia către zvonuri”; S-a dovedit că autorul, neînţelegând prin zvonuri „o informaţiei neverificată”, îi întreba direct pe respondenţi cât de des aceştia au de-a face cu zvonurile. Pensionarii răspundeau că foarte rar, iar oamenii de afaceri şi savanţii – destul de des. Confundând! Nivelul spiritului critic faţă de informaţie cu antrenarea în procesul de răspândire a zvonurilor, sociologul (A.T. Hlopiev) şi-a fundamentat descoperirea pe aceste referate, descoperire! Pe care el însuşi a catalogat-o drept „paradox social”.

Demagogii experimentaţi utilizează în favoarea lor confuzia iscată în discuţiile cu ziariştii lipsiţi de experienţă. Un politician american a răspuns la întrebarea dacă e adevărat că divorţează de soţia lui, astfel: „Acest zvon este

---

5 Nu vom abuza de bogăţia limbii ruse (respectiv, de cea a limbii române-w.fr:) ca să distingem în mod special zvonurile, bârfele, faima rea, vorbele, născocirile, gogoşile etc. Terminologic,vom păstra doar vocabula zvon, iar celelalte cuvinte apropiate ca sens vor fi utilizate doar în măsura necesităţilor stilistice.

răspândit de adversarii mei”. După ce a câştigat alegerile, el a divorţat, totuşi, de soţie. La învinuirea că şi-a înşelat electoratul în campania electorală, secretarul de presă al acestuia a răspuns rezonabil că nu e vorba de nicio înşelăciune. Candidatul s-a eschivat pur şi simplu de la întrebare spunând că informaţia despre viitorul său divorţ nu fusese nicăieri anunţată oficial şi, deci, era vorba doar de un zvon; ziaristul, însă nu a avut prezenţa de spirit să-l întrebe cât de veridic este acest zvon…

Zvonurile pot conţine, fără îndoială, şi informaţie eronată, ca, de altfel, şi comunicatele oficiale. Nu cunosc însă studii serioase care să susţină că zvonurile sunt, de cele mai multe ori, false. În primele săptămâni ale Marelui Război pentru Apărarea Patriei, oficiile poştale din toată ţara acceptau fără discuţii colete pentru oraşele ocupate deja de nemţi, numai ca să infirme „zvonurile nocive”. După catastrofa de la Cernobîl, autorităţile de partid din Ucraina se făceau luntre şi punte ca să dezmintă zvonurile despre radiaţia care periclita sănătatea şi chiar viaţa locuitorilor. În august 1988, ruşii care au dat crezare zvonurilor despre apropiata devalorizare a rublei se aflau într-o situaţie mult mai bună decât vecinii lor care au crezut în asigurările şi jurămintele preşedintelui (B.N. Elţîn) şi ale primului ministru (S.V. Kirienko) precum că devalorizarea este absolut exclusă.

Vom reveni, nu o singură dată, la această problemă. Deocamdată, trebuie să reţinem că, în pofida unei îmbinări de cuvinte foarte des întâlnite, nivelul de veridicitate nu are nicio legătură cu faptul că noi catalogăm o anumită informaţie drept zvon. E important doar că informaţia se transmite prin reţelele *comunicării interpersonale.*

Bineînţeles, nu orice contact interpersonal, chiar şi cel mai confidenţial, presupune şi transmiterea de zvonuri.

Dacă dvs. îi şoptiţi la ureche prietenei despre relaţia sau aprecierea dvs pentru o cunoştinţă comună (vă place – nu vă place) sau îi expuneţi o concepţie ştiinţifică (filosofică, religioasă etc.), atunci nu e nicidecum vorba de zvonuri. Circulaţia zvonului are loc doar atunci când dvs însoţiţi aprecierile, părerile, relaţiile, planurile şi doctrinele cu *relaţii despre subiect* necunoscute conlocutorului, date din biografia respectivei cunoştinţe, extrase de cineva dintr-o revistă etc. Sau când o prietenă nu se poate abţine ca să nu divulge mărturisirea (de obicei, puternic amplificată) că dvs v-ar plăcea cineva. Se prea poate ca cititorul să-şi dea cu uşurinţă seama cum va arăta acel secret peste câteva zile.

Aşadar, pentru o definiţie iniţială sunt necesare şi? Suficiente două criterii: prezenţa informaţiei referitoare l-ai obiect şi canalul prin care aceasta se transmite.

Zvonul reprezintă transmiterea informaţiilor despre obiect prin canalele comunicării interpersonale.

Prin urmare, atunci când un prezentator TV, un coreş*? Pondent de la ziar sau un orator la un miting ne prezintă informaţii, veridice sau false, făcând trimitere la „zvonuri”, avem de-a face, de fapt, cu ştiri ale comunicaţiei publice şi de masă. Când, însă, îi povestesc vecinului că aseară ani (aflat ceva interesant dintr-o emisiune TV, un articol de ziar sau un discurs la un miting, avem de-a face cu un fapt al comunicării interpersonale. În mod analogic se deosebeşte! O scrisoare trimisă în mod obişnuit sau prin e-mail de un! Manifest sau site de pe Internet. În cazul comunicării interpersonale se activează un şir de mecanisme specifice pe care le vom analiza în continuare şi care se manifestă intens în timpul răspândirii zvonurilor.

E inutil să mai insistăm asupra faptului că fenomenul zvonurilor nu numai că este cunoscut din cele mai vechi

timpuri (probabil, de pe timpul când au apărut primele oraşestat, scrierea şi actele oficiale, zvonurile au constituit o categorie independentă de comunicaţii), dar ele au şi fost utilizate în scopurile luptei politice şi ideologice, mai ales în timpul războaielor.

Manuscrisele antice ne povestesc cum înainte de ofensiva legiunilor romane, printre potenţialii adversari erau răspândite zvonuri despre vitejia fără de seamăn a romanilor, despre bărbăţia şi neînfrânarea lor.

În cartea unui mare specialist al războiului psihologic, P. Lineburger, sunt comentate câteva cazuri din istoria Rusiei, în letopiseţele ruseşti şi chiar în limba rusă contemporană s-au păstrat nenumărate mărturii despre numărul neobişnuit de mare al trupelor mongolo-tătare („t'ma t'muşchiaia" – puzderie, câtă frunză şi iarbă – *n.tr.)* – provine de la denumirea unităţii de luptă „ima" – 10.000 de oşteni), deşi, conform datelor demografiei istorice, aceştia nu puteau fi atât de numeroşi. După cum se vede, comandanţii de oşti mongoli duceau o propagandă iscusită, răspândind zvonuri-sperietori care îi demoralizau pe inamici, aprinzând noaptea mai multe focuri de tabără decât ar fi fost practic nevoie etc.

Studierea sistematică a fenomenului zvonurilor a început doar după Primul Război Mondial în SUA şi Germania. Nu peste mult timp, în America şi-au făcut apariţia firme comerciale specializate în propagarea zvonurilor, firme la care îţi puteai comanda subiectul necesar pentru auditoriul respectiv, achitând nota de plată conform catalogului de preţuri. Se făceau aceste lucruri, de exemplu, pentru a face publicitate unor mărfuri, a-ţi înfrânge concurenţa sau pentru a te lupta cu sindicatele. Astfel, printre muncitorii întreprinderii concurente era răspândit un zvon care îi putea provoca la grevă. Sau,

dimpotrivă, patronul întreprinderii, aflând despre pregătirea grevei, comanda răspândirea de zvonuri printre soţiile muncitorilor, precum că liderii sindicali se pricopsesc de pe urma grevelor.

În Germania, unde nu peste mult timp veniseră la putere naziştii, cercetările din această sferă au fost clasificate şi li s-a impus o orientare mult mai morbidă. Trupele germane şi, de asemenea, aliaţii lor utilizau activ şi de multe ori foarte eficient cunoştinţele şi sugestiile primite pe fronturile celui de AL Doilea Război Mondial (voi vorbi în continuare despre aceste cazuri).

După război, documentaţia secretă germană şi specialiştii din domeniu s-au mutat în SUA (conducerea sovietică nu era interesată de asemenea „prostologii"). Activitatea comercială amintită anterior a fost lichidată şi scoasă în afara legii, iar lucrul sistematic cu zvonurile s-a transformat într-o prerogativă a statului.

Prin anii '60, conform evaluării experţilor americani, propaganda cu ajutorul zvonurilor, mai ales în activitatea politică externă, putea fi comparată după importanţa sa cu propaganda prin intermediul mass-media. Mecanismele de propagare a zvonurilor erau studiate profesionist de către CIA, Pentagon şi trupele speciale ale armatei americane. În ambasade lucrau specialişti care urmăreau cu atenţie tematica, conţinutul şi dinamica zvonurilor din ţara în care se aflau…

De ce pentru studierea acestui fenomen se risipesc atâtea eforturi şi mijloace? Importanţa acestei activităţi este condiţionată de trei circumstanţe.

În primul rând, zvonurile reprezintă *o sursă de informaţie* validă despre opinia publică, dispoziţiile politice, atitudinea faţă de guvernanţi, orânduirea statală, mass-media etc. Rolul acestei surse este cu mult mai

important atunci când celelalte metode de colectare a informaţiilor sunt în dificultate. Chiar şi în situaţia cea mai liberală şi favorabilă analiza zvonurilor care circulă prin societate completează tabloul ce se conturează pe baza unor metode mult mai tradiţionale şi, de regulă, mult mai directe. Oamenii nu sunt mereu dispuşi să-şi împărtăşească deschis opiniile şi nu conştientizează întotdeauna clar dispoziţia şi atitudinea lor faţă de evenimentele politice.

În afară de aceasta, în cazul anchetelor, sondajelor, uneori are loc aşa-numitul fenomen La Pierre – dezacordul dintre atitudinile verbale şi comportamentale.

Astfel, în decembrie 1993, succesul triumfal al partidului lui Jirinovski (LDPR-Libera Pno-democraticeskaia partia Rossii-Partidul liberal-democrat din Rusia – *n.tr.)* în Duma de Stat a fost o surpriză neplăcută pentru sociologi: partidul lui Jirinovski a obţinut 23 de procente din voturile ruşilor în loc de cele 5 procente cu câte era creditat! Mulţi dintre simpatizanţii acestui politician, care avea o reputaţie destul de ambiguă, considerau că e „indecent" să recunoşti acest lucru în public, în consecinţă, anchetele şi sondajele ne ofereau un tablou puternic distorsionat, iar prin metode indirecte se ajungea în un rezultat mult mai impresionant (deşi trebuie să recunoaştem că rezultatul real a întrecut cele mai îndrăzneţe supoziţii).

Iată de ce, atunci când acest lucru este posibil, pentru obţinerea unui tablou complet, în paralel cu cercetările sociologice tradiţionale, în teritoriu se instituie o reţea graduală prin intermediul căreia sunt urmărite periodic zvonurile, discuţiile la „un şpriţ" şi comentariile, iar prin intermediul acestora se urmăreşte dinamica opiniilor şi dispoziţiilor publice. (Tehnica de instituire a

reţelei este un subiect special de discuţie; aici vom sublinia doar că informaţia se colectează la modul impersonal, fără a fi concretizate datele despre informatori).

O astfel de monitorizare suplimentară este extraordinar de utilă în campania electorală. Experienţa arată că datele obţinute astfel sunt de multe ori identice cu cele obţinute în cazul unor sondaje corect efectuate, iar atunci când există divergenţe, informaţia reţelei, a focus-grupurilor şi a altor procedee mult mai puţin formalizate este mai de încredere decât rezultatele cercetărilor sociologice efectuate după metodici tradiţionale. În fine, reţeaua poate fi folosită şi pentru a influenţa activ dispoziţiile publice, un subiect despre care vom vorbi în continuare.

În al doilea rând, zvonurile servesc de multe ori drept *catalizator* al dispoziţiilor şi evenimentelor politice, de aceea evidenţa lor contribuie la pronosticarea proceselor din societate şi îmbogăţeşte modelul superior al situaţiei.

În fine, în al treilea rând, zvonurile care se propagă rapid sunt un *factor* activ de formare a dispoziţiilor, opiniilor şi, respectiv, a comportamentului oamenilor şi a evenimentelor politice pe care aceştia le generează. Deci, gestionarea zvonurilor este un instrument suplimentar de influenţare politică.

Tezele enumerate vor fi ilustrate prin exemple concrete pe măsură ce vom lua cunoştinţă de categoriile zvonurilor.

Clasificarea zvonurilor

La studierea zvonurilor sunt folosite diferite bâzejte clasific durata de viaţă axïéâbS & Estruçûirg; audiţoriulyj i se mai spune „univers” sau „areal” al

Zvonului) ş.a.

Un subiect răspunde necesităţilor şi, di şi actuale,

îndeamnă masele la acţiunliniediate, influenţând astfel derularea evenimentelor politice şi XtQDÇQMSSè în operele memorialiştilor (sau se pierde în negura timpurilorp Altul atinge ininu poate depăşi

Limitele acestui grup. Un al treilea, atingând intereselexnăäe doar periferic, rămâne pentru mult timp în memoria poporuluise transformă într-o legendă sau tradiţie, într-un element a eposului naţional. Uneori, acesta poate reînvia pe neaşteptat în condiţii noi, cum s-a întâmplat, de exemplu, cu zvonul despre –, monumentul „de aur” al lui Dzeijiński (vezi lecţia 2).

La informaţiile transmise din gură-n gură au apelat q precădere cronicarii din evul mediu, în textele cărora deseori se desluşesc clar devierile caracteristice de la subiect. În sfârşit, unele zvonuri, transformându-se în mituri şi legende, au căpătat cu adevărat o importanţă istorică mondială.

Astfel, studiind legendele despre conceperea imaculata am descoperit cu uimire că zvonurile despre fecioarele care năşteau proroci circulau în Orientul Apropiat de multe sute de ani. Încă discipolii lui Zarathustra, descurajaţi de moartea învăţătorului înainte de venirea Judecăţii de Apoi, au lansat zvonul că A Doua Venire va avea loc exact peste trei mii de ani în chipul Fiului lui Zarathustra, născut de o Fecioară neprihănită. Acestea se întâmplau cel puţin cu şase sute de ani înaintea naşterii lui Hristos.:, $$

Se întâlnesc zvonuri cu viaţă lungă cu un caracteşi aproape arhetipal şi care sunt reluate într-un mod aproapeuimitor în ţări şi culturi îndepărtate unele de altele. De cele mai;!

Multe ori, asemenea zvonuri-arhetipuri au ca subiect morţii şi cimitirele. De exemplu, în nişte orăşele din

Caucaz, din regiunea Volgăi şi din America Latină am auzit următoarea istorioară. Un băiat într-un palton lung (sau un soldat demobilizat, în manta) a pus pariu cu amicii săi că va avea curajul să meargă singur noaptea în cimitir şi, pentru ca nimeni să nu aibă dubii, va bate un cui într-un mormânt proaspăt. De emoţie, săracul nici n-a observat cum cuiul i-a trecut prin palton şi, ridicându-se, a crezut că mortul „l-a înşfăcat" – a sucombat făcând atac de cord. Fiecare povestitor mă asigura că această întâmplare a avut loc de-adevăratelea şi anume în oraşul lui…

Unele din imaginile arhetipale trec printr-o formă de mimetism materializându-se în subiecte contemporane. În ultimii douăzeci de ani, nici nu mai ştiu în câte localităţi mi s-a comunicat cu mândrie: „Deasupra oraşului nostru (regiunii, ţării) e o gaură în ozon. Avem cea mai mare incidenţă a cancerului, infarctului miocardic etc". Fabulaţii de acest gen am auzit chiar şi din gura unor oameni care ştiau atât de puţină carte că s-ar părea că nici cuvinte ca „ozon" sau „infarct" n-ar avea de unde să le cunoască. Dar şi aceştia ascultă tot, memorizează şi răspândesc cu multă plăcere informaţia. Se pare că în popularitatea cvasigenerală a unui subiect atât de respingător la prima vedere se reflectă necesitatea umană de a fi în centrul Universului, într-un loc care măcar prin ceva se evidenţiază în spaţiu şi timp.

Pentru psihologia politică, deosebit de importanţi sunt doi param – expresiv şi informaţional.

La rândul său, parametru trei categorii, semanţicaje însă destul de transparentă: *zyonulrdorintăjx-SSÏBSŒ, şi*

Subiectele primei categori i reflectă speranţele, aşteptărişi, în general, buna dispoziţie a auditoriului. Unui conducător sau unui politician lipsiţi de experienţă li se pare de multe ori că acest gen de zvonuri este unul „bun",

adică un fenomen plăcut şi fără umbră de pericol. În realitate, însă, circulaţia zvonurilor-dorinţă poate avea de multe ori consecinţe dezastruoase. Exact un procedeu de acest tip a fost elaborat până în cele mai mici detalii de către specialiştii Wehrmachtului şi a fost utilizat cu succes în operaţiunile militare şi politice din secolul al XX-lea.

În timpul „războiului ciudat" (în aniil939-1940, când trupele germane şi cele anglo-franceze îngheţau cu lunile în tranşee, fără a întreprinde vreo acţiune) spionii germani răspândeau neîncetat printre soldaţii inamicului zvonuri de genul: „Până la Anul Nou, în Germania va avea loc o revoluţie"; „în curând vor începe tratativele cu nemţii"... în iarna anului 1942, când bombardierele japoneze ajungeau până pe coastele Californiei, printre locuitori era răspândit zvonul că japonezilor nu le mai ajung carburanţii decât pentru şase luni... Scopul propagării acestor zvonuri era de a crea deziluzii în urma speranţelor neîmplinite şi, respectiv, frustrare şi demoralizare.

Pregătirea pentru cucerirea Varşoviei, în septembrie 1939, este un model de utilizare eficientă a zvonurilor-dorinţă.

Odată cu declanşarea ostilităţilor, în capitala poloneză nu mai apăreau regulat ziarele şi nu se transmiteau la timp emisiunile radio. Interesul tensionat şi deficitul de informaţie au creat un câmp ideal pentru zvonuri, spionii germani trebuind doar să le confere orientarea necesară. Orăşenii îşi povesteau cu entuziasm unii altora că „trupele poloneze sunt victorioase pe toate fronturile, se apropie deja de Königsberg; nemţii nu sunt pregătiţi de război, au insuficientă muniţie, în loc de bombe aruncă din avioane cu şine de oţel". Pentru a alimenta aceste zvonuri, într-adevăr, bombardierele germane au aruncat de câteva ori cu bucăţi de şine:

acestea, în cădere, scoteau acelaşi şuierat ca şi bombele, băgau frica în toţi, numai că, desigur, nu explodau…

Cuprinşi de euforie, locuitorii Varşoviei nu şi-au dat osteneala să organizeze ajutoare pentru front sau să pregătească apărarea oraşului. În cele din urmă, pe fondul unei asemenea stări de spirit, apariţia trupelor germane a produs un şoc şi a descurajat orice potenţială rezistenţă…

În istoria postbelică, cel mai impresionant exemplu de utilizare eficientă a zvonurilor-dorinţă e cel legat de lovitura de stat din Chile, în toamna anului 1973.

Putem afirma fără exagerare că acesta a fost un moment de cotitură nu numai în istoria chiliană şi cea a Americii Latine, ci şi în istoria mondială a secolului al XX-lea. În pofida unor simptome de extenuare (conflictul dintre URSS şi China, Primăvara pragheză din 1968 etc.), ideologia socialistă şi comunistă era, din inerţie, în ofensivă şi cucerea noi spaţii geopolitice. Cuba revoluţionară era ca un ghimpe în coasta SUA. Dispoziţiile antiamericane şi „antiimperialiste" uneau milioane de oameni din diferite ţări şi susţineau simpatia în creştere faţă de cei mai decişi adversari ai SUA – comuniştii. Chile devenise prima ţară din lume (şi ultima) în care un guvern marxist declarat, cu un program cardinal de redistribuire a proprietăţii, venise la putere pe cale paşnică, prin mecanismul alegerilor democratice.

Preşedintele Salvador Allende nu ascundea faptul că era prietenul şi discipolul lui Fidel Castro, atât de urât de americani, şi că intenţiona să declanşeze, în ţara lui, o revoluţie socialistă. Oameni de rând şi politicieni din lumea întreagă, în special din America de Nord şi America Latină, şi-au aţintit privirea spre evenimentele chiliene: de evoluţia acestora depindea în mare măsură mersul proceselor politice globale.

Se vorbea despre posibilitatea unei lovituri de stat încă înainte de victoria lui Allende în alegerile din 1970. Activiştii de stânga considerau prea puţin probabil succesul unei lovituri de stat, dată fiind fidelitatea armatei chiliene faţă de jurământul depus; din acest motiv n-au acordat prea mare atenţie propagandei politice printre militari. Mai exista, de altfel, şi un raţionament mult mai fundamentat.

În Chile şi în ţările limitrofe existau grupuri organizate de adepţi ai lui Allende şi Castro, discipoli ai revoluţionarului ucis Che Guevara, iar pe alocuri mai activau detaşamente de partizani.

Aceşti oameni erau dispuşi să înceapă o luptă armată împotriva „marionetelor americane corupte" şi se bucurau de sprijinul populaţiei. Preşedintele se străduia să evite cu orice preţ un război civil şi din această cauză făcea noi compromisuri (s-au găsit, ulterior, activişti care l-au învinuit pe Allende de laşitate. Însă, după observaţiile unor observatori străini şi ale chilienilor înşişi, încercarea de lovitură de stat, dacă ar fi fost întreprinsă în cele din urmă, ar fi iscat o scânteie de la care s-ar fi aprins toată America Latină (aşa şi i se spunea atunci: El continente Hamas – Continentul în flăcări).

Acest pericol era foarte bine înţeles de către organizatorii şi inspiratorii loviturii de stat. Aceştia aveau de rezolvat o dublă problemă: să debarce prin violenţă guvernul legal şi să prevină izbucnirea unui război civil atât în Chile cât şi în ţările vecine. Pentru soluţionarea primului obiectiv, au fost schimbate treptat eşalonul superior şi cel mediu ale armatei. Pentru atingerea celui de-al doilea au fost utilizate procedee psihologice ingenioase, care au şi însoţit începutul ostilităţilor.

În dimineaţa de 11 septembrie, pe străzile capitalei

Santiago au apărut tancurile şi puciştii au preluat controlul asupra centrelor principale ale mass-media. Totodată, prin oraş a început să se răspândească zvonul precum că o brigadă de armată sub conducerea lui Prats se deplasează din nord spre capitală, devenind tot mai numeroasă, căci pe parcurs aderau foarte mulţi voluntari, aceasta crescând ca un bulgăre de zăpadă rostogolit. Menţionez că o brigadă reprezintă a cincea parte a forţelor militare terestre, iar Carlos Prats era un general activ cunoscut tuturor ca adept al stângii şi pe care chilienii îl cunoşteau bine…

Simpatizanţii stângii dădeau ascultare cu multă bucurie acestei informaţii. Luptătorii pregătiţi de atac au decis să se ascundă deocamdată şi să înceapă răscoala armată împotriva puciştilor concomitent cu intrarea în oraş a brigăzii lui Prats, fidelă guvernului socialist…

Când s-au declanşat aceste evenimente, în Moscova era noapte târzie; împreună cu un grup de latino-americani m-am deplasat în sala cu teleimprimatoare a Institutului de ştiinţe sociale. Am citit toată noaptea comunicate urgente ale agenţiilor străine, le comparam cu comunicatele TASS (Telegrafnoe Agenstvo Sovetskogo Soiuza – Agenţia de ştiri a Uniunii Sovietice-/?. /?:), cu cele date de radioul şi televiziunea sovietice. Ştirile despre brigada lui Prats erau reluate permanent de către toate agenţiile. Ceva, totuşi, nu se lega, era o neconcordanţă pe care am putut s-o conştientizez abia peste o zi. În textele agenţiilor străine se vorbea despre un zvon, pe când în comunicatele TASS nu se pomenea nimic despre vreun zvon. Această diferenţă între „nivelurile de reflexie” s-a dovedit a fi lătală.

Chilienii de diferite culori politice şi-au potrivit Iranzistoarele pe frecvenţa Moscovei: pentru unii, aceasta reprezenta singura sursă demnă de încredere, pentru alţii

era foarte important să afle cum reacţionează URSS. Şi Radio Moscova nu le-a înşelat aşteptările: cu o operativitate nemaiîntâlnită în mass-media sovietice, în aceeaşi noapte, în redacţia internaţională, a fost prezentată o nouă emisiune „Escucha, Chile!” (Ascultă, Chile!) şi imediat în eter au zburat comunicate emoţionale de genul: rezistaţi, fraţi chilieni, cu voi e toată omenirea progresistă, iar din nord vă vine în ajutor brigada lui Carlos Prats!

Tocmai acest lucru era aşteptat de regizorii de dincolo de ocean, pasul următor al cărora fusese bine chibzuit şi pregătit. Generalul Prats, care se afla sub arest la domiciliu, a fost adus de urgenţă la sediul televiziunii centrale, unde a fost „intervievat” în direct. Prima întrebare suna în felul următor: „Acum o clipă Radio, Moscova a transmis că brigada de luptă condusă de dvs se îndreaptă din nord spre Santiago. Cum comentaţi această informaţie?”

La doar o săptămână după evenimentele descrise, am avut posibilitatea să discut cu zeci de refugiaţi chilieni, comunişti şi socialişti. Toţi vorbeau despre acel interviu, taxându-l drept cel mai şocant şi deprimant eveniment al zilei, nimeni însă nu reţinuse ce-a răspuns Prats şi ce întrebări i-au mai fost adresate, însăşi apariţia acestuia pe ecrane şi întrebarea introductivă au avut o încărcătură emotiv-informaţională atât de mare, încât a devenit unul din factorii decisivi ai demoralizării potenţialilor luptători. Oamenii recunoşteau că elanul de luptă, obiectivul de a lupta şi orientarea respectivă a gândirii s-au schimbat imediat cu altele: cum să părăsească mai repede ţara!

Lovitura de stat a fost înăbuşită în sânge. Sute de trupuri au fost ridicate de pe străzile din Santiago, alte mii de oameni au fost împuşcaţi sau torturaţi în închisori.

Totuşi, războiul civil cu consecinţele lui imprevizibile a putut fi evitat, dar înfrângerea revoluţiei chiliene a dat impuls unui val de deziluzii în ideile comuniste dincolo de hotarele ţării. După un sfert de secol, stăpânii ingraţi mai că nu l-au forţat pe conducătorul senilizat al puciştilor, odiosul general Augusto Pinochet, să-şi încheie zilele după gratii. N-am niciun dubiu că motive juridice pentru aceasta sunt mai mult decât suficiente. Latura morală a chestiunii rămâne însă problematică pentru mine. Judecând după toate acestea, dacă n-ar fi avut loc lovitura de stat sau dacă nu ar fi fost gestionată atât de iscusit şi fin psihologic, evenimentele ar fi luat o turnură şi mai tragică. Dar asta de acum e o altă problemă…

Pentru a nu se crea impresia că zvonurile sunt întotdeauna răspândite intenţionat şi cu un scop cu bătaie lungă, voi prezenta încă un exemplu, de data aceasta din istoria rusă, când un zvon-dorinţă a jucat un rol semnificativ de catalizator al evenimentelor. Într-o altă lecţie, acest zvon a fost amintit, dar într-un alt context.

La mijlocul secolului al XIX-lea, Rusia se dezvolta energic din punct de vedere economic şi politic. Ţăranii din multe regiuni începuseră să se îmbogăţească, iar atitudinea faţă de ei a proprietarilor nu mai era cea de la începutul secolului. (1 um se întâmplă, de obicei, în toate societăţile, odată cu creşterea nivelului de trai creşteau şi speranţele, şi necesităţile. Printre ţărani, începuse să circule insistent zvonul despre apropiata eliberare din iobăgie. La începutul Războiului din Crimeea se spunea că dezrobirea este garantată tuturor celor care se vor înrola (de aceea au plecat pe front foarte mulţi voluntari); se vorbea şi despre alte posibilităţi de eliberare.

În realitate, războiul a fost pierdut de Rusia, iar iobăgia s-a menţinut. Aşteptările în creştere, rămase

nesatisfăcute, au generat frustrare şi, odată cu aceasta, agresiune faţă de cei înstăriţi. S-au declanşat protestele de masă, fuga iobagilor şi răscoale, au fost incendiate conace moşiereşti. S-a „copt” o situaţie revoluţionară care a fost soluţionată „de sus”, printr-un decret al ţarului de abolirea iobăgiei.

Din ultimul exemplu se vede clar cum un zvon circulant e capabil „să aranjeze” o situaţie socială în concordanţă cu fabula sa. O astfel de dependenţă se realizează direct în procesul de circulare a zvonurilor din categoria a doua a clasificării anterioare.

Social-caj de stat, & A), şi
Oscilează de la zvonuri pântla
Cea mai banală formulă a unei cea
Precumucăcpreţuri le sau ça de pe pl aţă
Vor dispărea un şiyude prodijşe.

Informaţii de genul acesta apar sistematic în reţelele de comunicare neformală în ţările cu economie deficitară şi un sistem comunicaţional deficitar (cei care au crescut în URSS

Ştiu bine despre ce este vorba, din propria experienţă). Zvonurile pot apărea spontan sau pot fi răspândite cu un scop provocator mai ales în cazul creşterii concurenţei politice sau economice, odată cu venirea la putere a unui guvern nedorit (pentru adversari etc.). În acest caz, se evidenţiază pregnant rolul dei instrumentare şi de catalizator al zvonurilor: percepând zvonurile drept adevăr curat, oamenii îşi procură frenetic produse de care nu au nevoie, sau le procură în cantităţi enorme, în consecinţă, se deformează conjunctura pieţei slab dezvoltate şi mărfurile, într-adevăr, dispar sau se scumpesc.

Zvonul amintit anterior despre numărul exagerat al»

luptătorilor mongolo-tătari este rezultatul lansării unui astfel) de zvon în scopuri militare. Exemple similare pot fi găsite din abundenţă în istoria războaielor de pe toate continentele.

Voi prezenta câteva exemple caracteristice. În copilărie, 1 bătrânii din Caucaz îmi povesteau că în timpul colectivizării se răspândise următorul zvon: se spunea că noua putere va aduce; în sat o plapumă mare sub care vor trebui să doarmă toţi bărbaţii i din sat, împreună cu soţiile. Imaginaţi-vă uimirea mea, când peste mai mult de jumătate de secol, un motiv similar a fost înregistrat în ţările Orientului Apropiat (Egipt, Yemenul de Sud), în Afghanistan şi într-un şir de alte ţări musulmane, odată cu începutul operaţiunilor de cooperativizare a proprietăţii agricole.

Când în statele cu un procent mare de analfabeţi; începeau campaniile pentru vaccinarea în masă a copiilor, apărea şi zvonul că, de fapt, copiii sunt sterilizaţi pentru a încetini creşterea demografică (Mexic, 1974; India, 1975).

În anii 1972-1973, prin Santiago şi alte oraşe din Chile umblau tineri politicoşi, sunau pe la apartamentele celor din clasa mijlocie, se prezentau drept sociologi însărcinaţi de guvern să facă o anchetă. Ei puneau întrebări de genul: „l. Câte dormitoare aveţi în apartamentul dvs? 2. Câte din acestea sunteţi dispuşi să le cedaţi conaţionalilor săraci?...” şi altele de aceeaşi natură. Aceste anchete erau însoţite de aluzii în

Presa de opoziţie precum că guvernul lui Allende planifică o operaţie de mare amploare pentru „a caza colocatari” şi „a reduce spaţiul locativ”, urmând exemplul bolşevicilor din Rusia. Răspândirea unui astfel de zvon-sperietoare (reprezentanţii clasei de mijloc aveau, de regulă, case la curte şi alcătuiau un procent considerabil

din populaţie) a servit drept o etapă pregătitoare pentru lovitura de stat…

În ultimele exemple se întrevăd deja nuanţe ale celei de-a treia categorii de zvonuri – zvonurile agresive. Aşa, de exemplu, motivul plăpumii atotcuprinzătoare genera nu numai teamă de noile autorităţi, ci şi indignare şi respingere a reprezentanţilor acestora, care nesocoteau legile strămoşeşti: sacralitatea căminului familial, dreptul bărbatului asupra propriei soţii. Zvonurile tot mai agitate despre sterilizare au făcut ca părinţii să nu le mai permită copiilor să meargă la şcoală, iar în unele cazuri au fost agresaţi medicii şi profesorii. Perspectiva de a caza un conaţional sărac în propria casă i-a speriat pe unii, iar altora le-a trezit indignarea faţă de socialişti.

Uneori, nuanţa agresivă era cât se poate de transparentă: „Produsele dispar de pe piaţă căci guvernul sandinist le expediază în Cuba şi Rusia” (Nicaragua, 1980).

Zvonurile agresive aparjücgrupurile sociale, sunt foarte tensionate: chiar şi calamiţţile naturale saujiede oameni amplifică ura

FaţOe-umite grupurisau persoane. Actualizarea gând i îi i e pus la cale de diavol, e lucrătura lui, şi principalul e să fie găsit şi pedepsiţi vinovatul) este caj-sî-gtică în jriod c-ş-it culturilor religioase.

Un istoric, specialist în evul mediu, găsise o explicaţie uluitoare a faptului că în Rusia se întâlnesc mai multe femei frumoase decât în Europa Occidentală. S-a demonstrat că în secolele XIV-XVI, la catolici şi mai ales la protestanţi, fetele frumoase şi atrăgătoare din punct de vedere sexual erau învinuite de toate calamităţile şi belele sociale – foametea, epidemiile, inundaţiile ş.a., care pe atunci aveau loc periodic. Gloatele asmuţite de clerici le înecau pe frumoasele nefericite sau le ardeau pe rug,

stârpind sămânţa diavolească a ispitei şi păcatului. Aceste porniri erau dirijate de un fel de manual: în 1487 a apărut „Ciocanul vrăjitoarelor” (*Malleus maleficarum,* o *summa* scolastică despre vrăjitorie, publicată în 1486 de inchizitorii dominicani din Köln Jacobus Sprenger şi Henricus Institor, la cererea făcută de Papa Inocenţiu al VIII-lea prin bula *Summis desiderantes* – n.tr. Nu pot să garantez existenţa unor dependenţe cauzale stricte, dar am verificat ambele informaţii. Într-adevăr, în evul mediu aceste cazuri aveau caracter de masă. Şi într-adevăr, astăzi, procentul femeilor frumoase în ţările slave este cu mult mai mare decât în Europa Occidentală, SUA şi Canada).

În tabăra antihriştilor, tolerarea cărora era pedepsită prin osânda lui Dumnezeu, se aflau străinii şi cei de altă credinţă, mai ales evreii, urmau apoi savanţii, mai ales medicii ş.a. De obicei, nenorocirile erau însoţite de represalii. La indicaţia clericilor, gloatele agresive îşi vărsau necazul acumulat; pentru scurt timp, se instaura un calm psihologic şi alte speranţe…

Apariţii ale zvonurilor agresive în timpul calamităţilor naturale sau antropogene au fost atestate de multe ori, atât în epoca modernă cât şi în timpul nostru, şi acest fapt nici măcar nu a împiedicat propagarea concepţiilor „materialiste”.

În iarna neobişnuit de geroasă din 1978-1979, Moscova a fost invadată de zvonuri-sperietori (în automobile îngheaţă antigelul, în apartamente plesnesc caloriferele, se aşteaptă o scădere a temperaturii până la minus cincizeci de grade Celsius, însă Administraţiei naţionale de meteorologie i s-a interzis să divulge acest lucru…), dar şi de discuţii despre faptul că gerul neobişnuit este consecinţa utilizării de către americani a

unei „arme climaterice” noi. După accidentul de la Cernobîl (din 1986), pentru prima dată în Uniunea Sovietică, a fost înregistrat un zvon despre „conspiraţia iudeo-masonică”. După oribilul seism din Armenia (în 1988), s-a vorbit mult despre „arma geologică”.

În aceleaşi zile marcate de înfiorătoarea tragedie care a răpus zeci de mii de vieţi, oamenii o văzuseră hălăduind prin satele şi oraşele Armeniei pe Fecioara Maria. Apariţia în timpul calamităţilor, atunci când se actualizează straturile arhaice ale psihicului, a zvonurilor-dorinţă cu caracter înălţător, este o circumstanţă caracteristică dar paradoxală. Se prea poate să fie vorba de acea lege a polarizării, despre care am vorbit în cadrul lecţiilor precedente: unii reacţionează la o catastrofă socială prin sinucideri, dereglări mintale, înverşunare şi patologii morale, alţii – printr-o amplificare a forţelor creatoare şi o „metamorfoză altruistă”…

Următorul fapt istoric ne demonstrează incontestabil extraordinara influenţă de sugestie a zvonului circulant.

În toiul revoluţiei ungare din 1956, mulţimea animată de ura faţă de partidul de guvernământ a asediat sediul comitetului municipal de partid. În Budapesta se vorbea de mult timp că din această clădire există o ieşire în subteran, unde zac prizonierii politici. Nu s-au descoperit însă niciun fel de ieşiri secrete, iar colaboratorii comitetului municipal se jurau, fiind ameninţaţi cu moartea, că nu cunosc nimic despre acest lucru. Nu a putut face lumină în acest caz nici măcar arhitectul clădirii, care fusese adus la faţa locului.

Au fost aduse atunci maşini de forat. Toată noaptea mulţimea nu s-a împrăştiat urmărind cu nelinişte cum în diferite locuri ale clădirii erau făcute găuri. Sute de oameni auziseră gemete şi strigăte de ajutor venind din subteran, prevenindu-i pe muncitorii care forau să fie cât

se poate de atenţi. N-a fost descoperită nici temniţa, nici prizonierii…

Problema clasificării zvonului conform parametrului expresiv nu es cum poate părea la prima

Vedere, iar o greşeală de clasificare generează de multe ori o

Greşeală dgi) pistn-entare v trebui să două momente, *

În primul rând, într-un auditoriu (univers) complex eterogen (iar un zvon de importanţă politică circulă exact într-un astfel de spaţiu) *unul şi acelaşi motiv poate avea caracteristici emoţionale absolut diferite*. În al doilea rând, criteriul decisiv pentru evaluarea expresivă este *nu motivul în sine, ci reacţia auditoriului*. Fără a lua în consideraţie aceste circumstanţe, posibilitatea unor evaluări false ale experţilor şi a unor recomandaţii contraproductive este extraordinar de mare.

Fig. 17. Desenul caricaturistului ms Andrei Abramov prezintă într-o cheie satirică momentul propagării zvonului agresiv.

În anii 1982-1983, când secretar general al ce ai pe US era încercatul cekist Iu. V. Andropov, în Moscova şi în alte oraşe ale Uniunii Sovietice se povestea foarte mult despre felul cum pe străzi, în magazine şi alte locuri publice, tovarăşi cu împuterniciri speciale îi prindeau pe cei care nu se aflau la serviciu şi îi sancţionau dur. Se părea că e vorba de un zvonsperietoare. Însă de fiecare dată, astfel de istorioare erau povestite cu zâmbet şi însoţite de comentarii vesele; acest lucru se întâmpla, printre altele, nu numai în mijlocul muncitorilor ci şi în mediul academic, printre colaboratorii instituţiilor de cercetare şi alţi cetăţeni. Pentru care o atare situaţie nu era, s-ar

Părea, deloc plăcută. Se vede că toţi se saturaseră într-atât de dezordinea plicticoasă a îndelung tărăgăna ei epoci brejneviste (în popor i se spunea *bardak*-apogeul dezordinii – *nin),* încât orice schimbări erau acceptate cu bucurie. Ui distins scriitor caracteriza starea de spirit a acelor timpuri astfel: „Toţi vor să se întâmple ceva, dar se tem ca nu cumva să iasă altceva”. În acest context, zvonul care mărturisea despre înăsprirea disciplinei de muncă era mai mult unul care dădea speranţe decât speria…

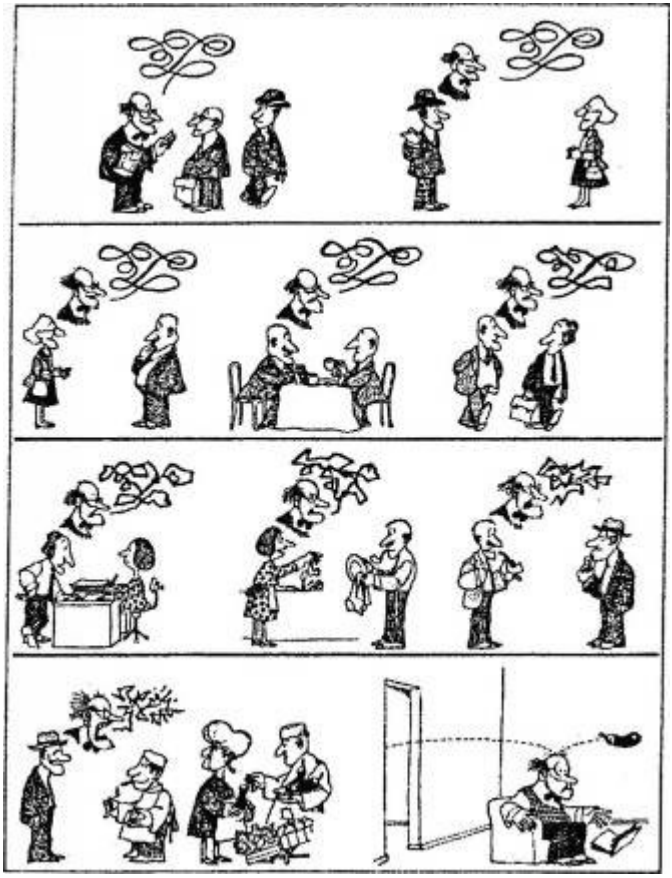


Fig. 18. Desenul caricaturistului spaniol care semna cu pseudonimul Chino: procesul de *accentuare* a zvonului.

În anul 1999, chiar de la începutul campaniei pentru alegerea preşedintelui Ucrainei, sociologii şi ziariştii susţineau în unison că majoritatea potenţialilor electori nu cred în posibilitatea unor alegeri cinstite (un ziar local chiar publicase nişte date conform cărora doar patru procente din alegători credeau în alegeri corecte).

Prin ţară circulau zvonuri precum că buletinele de vot sunt gata completate, fiind pregătite şi celelalte

mecanisme pentru falsificarea rezultatelor. Cu jumătate de an înainte de scrutin, eu însumi auzisem prin Dnepropetrovsk un astfel de zvon: „La vecinul meu la serviciu au venit nişte tipi raşi în cap, au adus buletine de vot, i-au pus pe toţi să le completeze şi să semneze listele; au promis că cei care refuză să semneze vor fi concediaţi…”

Astfel de suspiciuni într-o ţară occidentală modernă ar fi generat, probabil, un val de indignări, iar zvonurile ar fi trebuit să fie calificate drept agresive. Ucrainenii, care nu prea îl simpatizau pe preşedintele în exerciţiu (şi nici pe noul candidat la post), discutau aceste lucruri calm, fără isterie, şi chiar cu un fel de relaxare. Obişnuita fatalitate a rezultatului impus „de sus” îi elibera de necesitatea de a lua o decizie dificilă, de a se nelinişti şi a avea emoţii şi, oricât de straniu ar părea, acestea erau nişte zvonuri-dorinţă.

Staff-ului electoral al preşedintelui i s-a recomandat să nu facă eforturi pentru a demonta aceste zvonuri, acestea lucrând, de fapt, în favoarea lor. Concurenţii nu şi-au imaginat cât de nociv este acest zvon pentru ei şi nu numai că nu făceau nimic pentru a-l contracara ci, dimpotrivă, foloseau orice pretext pentru a arunca paie în foc…

Am întâlnit zvonuri similare, cu aceeaşi reacţie, şi în provincia rusă. Sunt caracteristice vorbele auzite în cadrul unei şedinţe a focus-grupurilor: „Înainte trăiam şi fără alegeri şi trăiam mult mai bine; de ce ni se impun alegerile astea, mai bine ar numi în post un om de treabă…” Se pare că în spaţiul post-sovietic oamenii au cam obosit din cauza necesităţii de a alege tot timpul ceva şi simt o uşurare la gândul că cineva i-ar putea scăpa de această corvoadă. Trebuie să recunosc cu părere de rău că la noi nu numai

valorile economice, ci nici libertăţile politice nu s-au transformat în valori independente…

Cgkie

După; acum. Am mai „menţionat, gradul de Veridicitate. al subiectujui, He convinge în continuare, cu exemple din viaţă, şi de faptul că zvonul nu conţine în mod obligatoriu o informaţie eronată. Pentru început, vă voi povesti un vechi banc din armată.

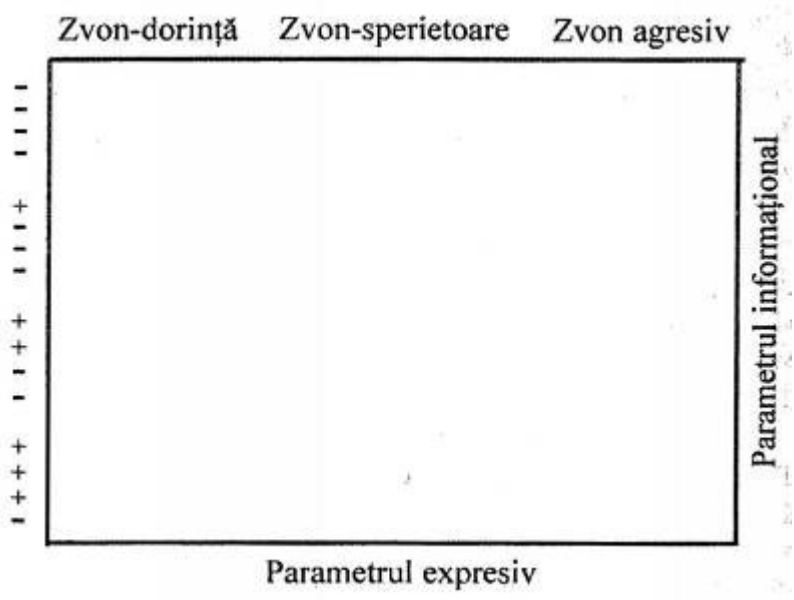
Prin batalion s-a răspândit zvonul că unitatea va fi dislocată în alt loc. Auzind despre asta, colonelul indignat a dat ordin să fie găsit provocatorul care a scornit o asemenea neghiobie. A fost adus soldatul Vanea, care a confirmat că anume el a aflat primul despre planurile comandamentului suprem şi le-a împărtăşit tovarăşilor săi. El este sigur, sută la sută, că informaţia este adevărată pentru că a auzit-o în piaţă, de la ţaţa Maşa, zarzavagioaica, iar ea este deşteaptă foc şi le ştie pe toate.

Vanea a fost trimis la carceră, dar peste o oră a fost primită o telefonogramă: „Batalionul să fie pregătit pentru redislocare”. Atunci comandantul l-a scos pe Vanea de la carceră şi i-a ordonat să fugă imediat până-n piaţă, s-o găsească pe ţaţa Maşa şi să afle exact unde va fi redislocat batalionul…

Conformjnfom se disting patru

Categorii de zvaaucLUneori acestea poartă nişte denumiri complicate („zvon veridic cu elemente de neverosimilitate” etc.); cu prefer să apelez la simple semne matematice: „+ ” şi „— ” Coraportul dintre plusuri şi minusuri ne demonstrează caracteristica informaţională a zvonului.

E important să reţinem un lucru despre care s-a vorbit anterior: un zvon circulant este capabil „să aranjeze” evenimentele în concordanţă cu subiectul său!



Des. 19. Tabelul de clasificare.

Prin urmare, parametru informaţional este tot atât de „indiscret” ca şi cel expresiv. Un zvon cu o veridicitate iniţială redusă, ajungând într-un mediu rodnic şi cucerind minţile, îi inspiră pe oameni la acţiune şi astfel, odată cu răspândirea zvonului, creşte şi veridicitatea subiectului.

În consecinţă, tabelul de clasificare se va prezenta ca în fig.19 (la acesta pot fi adăugaţi, în calitate de noi indici.

— Şi alţi parametri despre care nu am vorbit detaliat).

Se consideră că într-un auditoriu destul de mare, important din punct de vedere politic, un zvon nu poate fi, niciodată completamente veridic (++). În procesul propagării, subiectul suportă transformări care distorsionează mai mult sau mai puţin versiunea iniţială, transformările fiind, în mare, destul de caracteristice şi legice.

Distorsionările în cadrul procesului
De circulaţie a zvonului

În urma observaţiilor de pe teren pe parcursul a mai mulţi ani şi după cercetări şi experimente au fost evidenţiate trei tendinţe caracteristice de transformare a subiectului în procesul de răspândire a zvonului.

Prima tendinţă – *atenuarea* – constă în faptul că detaliile lipsite de importanţă în ochii auditoriului respectiv dispar, subiectul se scurtează.

Respectiv, detaliile care s-au păstrat sunt aduse pe planul din faţă, sunt puse bine în lumină, le creşte volumul şi importanţa socială. Subiectul se poate îmbogăţi cu detalii noi, inexistente iniţial, care îl fac mult mai funcţional. Aceasta este cea de a doua tendinţă, cea de *accentuare.*

În cele mai elementare exemple, culoarea şi marca a doua automobile intrate în coliziune pot dispărea (atenuare), în schimb, în locul unui pasager rănit va apărea „un morman de cadavre” (accentuare); nu se vor reţine fizionomiile şi vestimentaţia unor bătăuşi, însă o bătaie cu doi participanţi se va transforma „virtual” într-o încăierare de masă etc.

Aceste exemple banale au însă nevoie de o precizare decisivă pentru că diavolul se ascunde, ca întotdeauna, în detalii.

Stereotipurile şi obiectivele auditoriului sunt cele care decid care dintre detaliile unui eveniment iniţial vor fi supuse atenuării şi care – accentuării. De exemplu, în unele culturi africane, cu un foarte dezvoltat simbolism cromatic, anume culoarea automobilelor intrate în coliziune va fi supusă accentuării şi nu atenuării: ultramarinul se transformă în albastru, bordo-ul în roşu ş.a.m.d.; de toate acestea depinde sensul simbolic al

evenimentului. De altfel, şi în Uniunea Sovietică, unde culoarea neagră a automobilului reflecta, de obicei, statutul funcţionarului, un accident al unei automobil

Volga sau cu atât mai mult al unei limuzine Ceaika era uneori ridicat de zvonuri la rang de eveniment de stat.

După cum am mai spus, fizionomiile şi hainele membrilor unui conflict nu beneficiază de multă atenţie şi pot fi uitate. Dacă însă astfel de detalii demonstrează apartenenţa la diferite grupuri etnice, religioase sau păturisociale iar relaţiile dintre acestea sunt la momentul respectiv tensionate, atunci culoarea pielii, părului, calitatea costumului şi marca automobilelor vor fi detalii reţinute cu preponderenţă. Oricare ar fi fost motivul declanşării conflictului, acesta va fi interpretat de către conştiinţa de masă ca unul naţionalist, religios sau de clasă, lucru care ar putea da un impuls evenimentelor următoare; subiectul unui zvon circulant se va materializa în acţiunile oamenilor.

Cea de a treia tendinţă este *adaptarea:* un detaliu anume al subiectului, fără simptome pronunţate de atenuare sau accentuare, se adaptează la stereotipuri şi obiective în aşa mod încât conţinutul psihologic al informaţiei se modifică decisiv.

Fenomenul respectiv a fost modelat cu succes într-un laborator experimental. Pentru a participa la experiment au fost invitate grupuri de cetăţeni albi din statele sudice ale SUA. Primului care a intrat în cameră i-a fost prezentat un cadru foto în care se băteau doi tineri – unul alb şi celălalt de culoare, albul având în mână şi un briceag deschis. Cadrul era expus pe ecran preţ de trei secunde fără a fi reluat. Persoana supusă experimentului şi care văzuse fotografia îi povestea conţinutul noului intrat, după care părăsea camera, cel de-al doilea îi povestea ce a auzit

celui de-al treilea ş.a.m.d.

În procesul translării au rămas neschimbate încăierarea, numărul bătăuşilor, culoarea pielii şi briceagul. Nu a avut loc niciun proces de atenuare şi niciunul de accentuare: bătaia nu s-a transformat într-o discuţie, nu fusese eliminată diferenţa dintre rase, altercaţia nu fusese transformată într-o încăierare de masă, şi chiar niciodată în locul briceagului n-a apărut un

Pistol. Însă în mod constant (experimentul a fost făcut de mai multe ori) se activa unul şi acelaşi efect: briceagul trecea din mâinile albului în cele ale adversarului de culoare, făcând ca informaţia să fie în concordanţă cu stereotipul negrului agresiv. Efectul care se repeta mereu în cazul celor maturi nu avea loc şi în experimentele la care participau copii…

Cum poate arăta efectul cumulat al celor trei tendinţe ne-o ilustrează cu mult haz înregistrarea zvonurilor care circulau prin regiunea Saratov, în 1920, şi care reprezentau reacţia la căderea unui meteorit.

„Şi a căzut acea piatră din ceruri, aproape de Ţariţîn, şi a intrat în pământ cam jumătate de verstă (o verstă are 1, 068 km – *n.tn*). Şi-i lungă piatra cam de vreo opt verste, de-a curmezişul are cam şase verste. Piatra-i neagră-neagră şi arde toată, şi stâlpi de fum se ridică deasupra. Şi-n fumul cela se tot văd nişte cuvinte scrise cu litere de foc… Iar piatra-i toată numai din nestemate, astea şi ard sclipind. E atâta bogăţie acolo că ajunge pentru o sută de ani… Se spune că vreo doi ani n-au să strângă impozitul agricol – le ajung briliantele din piatră”.

Modificarea subiectului în albia unei tendinţe sau două, sau chiar a tuturor celor trei tendinţe enumerate nu exclude practic posibilitatea ca zvonul să fie absolut veridic. Această stare de lucruri se reflectă pe tabelul de

clasificare prin absenţa semnelor „++ 4+”.

Factorii fundamentali şi colaterali

Al apariţiei zvonului

Unui observator neiniţiat, zvonurile i se par un fenomen fără de motiv sau condiţionat numai de intenţia rea a cuiva. Deseori, prin această iluzie se definesc şi măsurile de contracarare a zvonurilor: sunt căutaţi provocatori, sunt declanşate represalii împotriva cetăţenilor guralivi etc.

Nu este niciun secret că *uneori* (nu întotdeauna) zvonurile sunt lansate de către provocatori special angajaţi. Dar niciun „bârfitor” nu e capabil să lanseze orice fel de zvon şi în oricare auditoriu şi situaţie. Pentru aceasta, el este nevoit să găsească o „nişă” potrivită, în care orice zvon s-ar fi iscat destul de repede şi fără intervenţia lui; problema e să-i confere subiectului conţinutul şi orientarea necesare.

O întrebare încuietoare: ce zvon e mai uşor de răspândit printre locuitorii Moscovei, cel conform căruia au crescut preţurile la cămile în Arabia Saudită sau zvonul că s-a prăbuşit Turnul Ostankino? Aici intervine un paradox: primul zvon va fi crezut, dar, nu se ştie dacă va încerca cineva să-l transmită mai departe; celui de-al doilea zvon, probabil, nu i se va da crezare, dar *în anumite condiţii*, acesta se poate răspândi mai departe şi se poate transforma într-un zvon circulant.

Celor care vor să cunoască mai îndeaproape acest mecanism le recomand literatura artistică. De exemplu, procesul de constituire şi accentuare a subiectului este dezvăluit într-o formă grotescă în nuvela „Bârfa” de A.T. Avercenko. În capitolul al optulea din „Suflete moarte” este descris cât se poate de veridic cum zvonurile, unul mai năstruşnic decât altul, s-au iscat şi au început să se

răspândească prin oraş atunci când de abia se auzise că personajul principal se ţine de ceva şmecherii. S-a ajuns până într-acolo încât se vorbea că Cicikov nu e nimeni altceva decât captivul Napoleon, pe care englezii l-au exilat incognito în Rusia. Imediat orăşenii au prins a observa o asemănare exterioară între acesta şi detronatul imperator francez, „mai ales din profil”…

Studiind care sunt cauzele apariţiei zvonurilor, de ce anumite zvonuri au o viaţă lungă şi liniştită în reţelele neformale de comunicare, unele cuceresc rapid un auditoriu vast incitându-i pe oameni la acţiuni, altele bântuie doar într-un cerc restrâns, fără a-i depăşi limitele, sau mor imediat ce s-au născut, psihologii au evidenţiat doi factori fundamentali.

(iimului acestora i se mai spune *conditio sine qua non* o condiţie absolut necesară pentru apariţia zvonului.

Interesul pentru temă este cel dintâi factor: zvonul poate apărea acolo şi atunci când se manifestă interes faţă de subiectul său, iar volumul şi traiectoria sa de răspândire sunt definite de configuraţia auditoriului cointeresat. Mai pe şleau vorbind, printre oamenii care nu sunt interesaţi de sport nu se va răspândi zvonul despre căsătoria unui popular fotbalist, iar pe locuitorii Moscovei nu-i va afecta ştirea despre creşterea preţului la cămile.

Cel de-al doilea factor este reprezentat de *deficitul de informaţie veridică.* Pentru lansarea unui zvon e nevoie nu numai de un simplu interes, ci de un interes nesatisfăcut. Cei cărora informaţia pe care o au li se pare satisfăcătoare sunt un mediu steril pentru zvonuri.

Relaţia dintre posibilitatea apariţiei unui zvon (mai exact, a posibilei intensităţi de propagare a acestuia) şi factorii enumeraţi poate fi exprimată printr-o simplă schemă:

Z = I x D, [1]

Z este zvonul, I – interesul iar D – deficitul; semnul înmulţirii ne demonstrează că în cazul când unul din factori este egal cu zero, rezultatul final este şi el egal cu zero.[6]

E de remarcat că prin siguranţa informaţiei înţelegem nu caracteristica obiectivă (ceea ce este indicat în tabelul de clasificare prin latura verticală), ci atitudinea obiectivă a auditoriului. Astfel, o informaţie falsă dintr-o sursă demnă de încredere diminuează deficitul, pe când o informaţie veridică dintr-o sursă pe care auditoriul respectiv nu este dispus s-o creadă păstrează acest deficit. Se înţelege că deficitul informaţional poate fi condiţionat şi de circumstanţe cât se poate de banale – de exemplu, de insuficienţa sau caracterul contradictoriu al comunicatelor oficiale. I Convenţional vorbind, deficitul de informaţie sigură este invers proporţional cu cantitatea de comunicate oficiale concordante (pentru o anumită perioadă de timp) – c.c. (t.)!

— Şi încrederea acordată sursei – î.s.:

— I

6 încercările de matematizare cu utilizarea funcţionalelor şi elaborarea procedurilor de calcul pentru potenţialele evaluări cantitative sunt interesante din punct de vedere conceptual, pentru activitatea practica sunt însă inutile.

$$D = \frac{1}{\text{c.c.(t.) x î.s.}} \quad [2]$$

Din schemele [1] şi [2] reiese că:

$$Z = \frac{I}{\text{c.c.(t) x î.s.}} \quad [3]$$

Altfel spus, probabilitatea (sau intensitatea) zvonului este direct proporţională cu forţa interesului public faţă de subiect şi invers proporţională cu cantitatea de comunicate oficiale pentru o durată dată de timp şi nivelul de încredere faţă de sursă.

Cercetările efectuate pe la mijlocul anilor ’70 au scos în evidenţă un nivel destul de înalt al încrederii moscoviţilor în comunicatele mass-media naţionale. Într-adevăr, pe atunci mass-media activau cu o deosebită responsabilitate, fiecare informaţie era verificată de câteva ori (dacă era necesar, toate mijloacele de informare dădeau, la unison, o informaţie falsă), iar nereuşitele de genul comunicatului despre „brigada lui Prats” din Chile erau sancţionate drastic. Cu toate acestea, capitala erau mereu invadată de zvonuri din cauza faptului că ştirile erau puţine, filtrate şi, de obicei, venite cu întârziere. În ţările occidentale, situaţia era inversă: circulaţia zvonurilor era condiţionată de faptul că la un nivel foarte înalt de operativitate îi informaţiei, încrederea faţă de multe surse era nu prea mare.

Tot atunci, când s-a discutat problema respectivă cu ziarişti moscoviţi, a fost relatat şi un caz anecdotic: în

vechiul sediu al agenţiei TASS a izbucnit un incendiu iar colaboratorii agenţiei aflaţi în acel moment la serviciu au aflat de acest incident din... comunicatul agenţiei UPI. Corespondentul acestei agenţii, trecând cu maşina pe lângă agenţie, a observat că din depozit iese fum, a ajuns cât se poate de repede la reşedinţa sa şi a telegrafiat informaţia necesară. Martorii oculari îşi aminteau râzând cum unul dintre colaboratorii agenţiei sovietice, citind informaţia de pe teleimprimator, se indignase nespus de neruşinarea colegilor de peste ocean; indignarea i-a mai trecut după ce s-a uitat pe geam şi a văzut incendiul.

O astfel de operativitate fantastică este însoţită, desigur, de posibile erori, în torentul cărora trec nevăzute chiar şi distorsionările intenţionate…

Schema 3 ne ajută la elaborarea măsurilor orientate spre creşterea rezistenţei la zvonuri a mediului informaţional (a se vedea în continuare). Acesta se bazează pe modelul *ecologico-sistemic* esenţa căruia constă în faptul că procesele informaţionale din societate reprezintă un sistem relativ închis, asemănător cu biocenoza şi supunându-se legităţilor sistemice generale.

În natură, o nişă ecologică rămasă liberă este ocupată de un gen nespecializat. De exemplu, locul lupilor decimaţi cu mult sârg la noi în ţară au început să-l ocupe câinii sălbăticiţi care s-au dovedit a fi mai periculoşi şi pentru om, şi pentru natură. Aceştia au împrumutat cele mai rele apucături de la oameni şi, spre deosebire de lupi, pun în pericol echilibru din natură, distrugând cu încrâncenare nişele vecine. Pe lângă toate acestea, câinii sălbătăciţi îi urăsc de moarte pe oameni, nu se tem de foc şi, în genere, nu mai au nimic din „naivitatea” animalelor sălbatice, care reacţionau într-un anume fel la şiretlicurile omului (gen frânghii, steguleţe etc). Aceştia se

transformaseră într-o adevărată nenorocire şi de multe ori li s-a putut veni de hac doar după ce în nişă au fost lăsaţi să intre stăpânii „legali”.

Nu ar trebui să considerăm doar o alegorie literară comparaţia dintre zvonuri cu o haită de câini sălbăticiţi. Completând rapid lacunele unui interes nesatisfăcut, zvonurile, cu caracteristicile lor – atenuare, accentuare şi acomodare a subiectului – pot reprezenta un mare pericol social. Dacă s-a format o breşă, aceasta va fi cu siguranţă completată fie de „fantezia populară”, fie de provocatori iscusiţi urmărind scopuri economice, politice sau ideologice. Iată de ce cel mai sigur remediu antizvon este un mediu informaţional cu toate nişele ecologice completate.

Vom analiza această problemă mai detaliat după ce vom lua cunoştinţă de factorii secundari ai propagării zvonurilor. Din această categorie au fost evidenţiaţi doi factori.

Primul factor este cel al *statutului individual.* Comunicând anumite date interesante, omul atrage atenţia asupra sa, demonstrează o anumită cunoaştere a obiectului de interes comun (politician, actor, sportiv), a grupului de referinţă sau a organelor care iau decizii, îşi menţine statutul de lider de opinie neformal; mai pe scurt, confirmă sau face să crească importanţa propriei persoane în ochii celor din jur, crescând astfel şi în ochii proprii.

Al doilea factor este cel al *echilibrului emoţional* S-a demonstrat că zvonul circulant e capabil să optimizeze temporal echilibrul emoţional în grup, adică să atenueze sau să amplifice tensiunea până la un nivel optim.

Dacă grupul convieţuieşte un timp îndelungat într-o aşteptare tensionată, oamenii sunt încercaţi de o dorinţă de nestăvilit de a discuta între ei eventualele pericole. Într-

un mod cu totul paradoxal, chiar şi propagarea zvonurilorsperietori e capabilă să diminueze pentru un timp tensiunea emoţională – se declanşează efectul de afiliere, senzaţia apartenenţei la o comunitate. (Filosoful sirian din Evul mediu Abu al Farabi scria că în nenorocire, prostul îşi găseşte alinarea în aceea că aceeaşi nenorocire li s-a mai întâmplat şi altora.) în cele din urmă, toate acestea se lasă de cele mai multe ori cu consecinţe disfuncţionale: zvonul circulant trezeşte spaime şi amplifică dispoziţiile de panică.

Conform observaţiilor psihologilor, acei combatanţi a căror unitate s-a aflat mult timp în eşalonul doi, fără a mai ieşi în prima linie (structură mentală nefinisată), păstrează amintiri mult mai oribile despre război decât camarazii lor de luptă care s-au aflat chiar în miezul luptelor, care au fost răniţi, schilodiţi etc. Iar cele mai groaznice amintiri despre blocadă le au cei care au trăit mult timp în aşteptarea insuportabilă a foametei, dar care, totuşi, n-au suferit niciodată de foame…

Un mediu roditor pentru zvonuri îl constituie şi starea emoţională adversă-plictisul. N.V. Gogol, povestind despre cauza atâtor patimi furtunoase din jurul lui Cicikov, a accentuat că preţ de trei luni, în oraşul N nu s-au semnalat niciun fel de evenimente, noutăţi sau zvonuri care „după cum se ştie, pentru oraş înseamnă acelaşi lucru ca şi aprovizionarea la timp cu de-ale gurii”.

Zvonurile circulante îmbogăţesc viaţa sociumului cu pseudoevenimente virtuale capabile să compenseze parţial penuria de evenimente şi deficitul de excitare emoţională. O atare formă de compensare psihologică (consumul de alcool este o altă formă) generează, la rândul ei, pericolul unor acţiuni imprevizibile, pierderea controlului, şi de multe ori devine primul simptom de destrămare a

grupului. Ofiţerii experimentaţi ştiu cât de nociv este să-i laşi pe soldaţi fără activitate o perioadă îndelungată-acest lucru se poate solda cu pierderea capacităţii de luptă a unităţii…

Desigur, cele spuse nu sunt un secret nici pentru provocatorii care se ocupă cu răspândirea intenţionată a zvonurilor. În planul lor tehnic pot fi definite clar subiectul şi auditoriul, dacă în prealabil a fost depistată nişa informaţională. Uneori, misiunea lor are un caracter general – de exemplu, de a pregăti mediul psihologic pentru lansarea pe piaţă a mărfii noi, de a asigura simpatia sau antipatia faţă de o anumită persoană; în asemenea cazuri, lansarea unui zvon este în stare să joace un rol important dacă nu chiar unul decisiv.

Persoanele mai în vârstă îşi vor aminti desigur un asemenea episod. În noiembrie 1987, după scandaloasa Plenară a pe al URSS (informaţia despre lucrările Plenarei era, ca întotdeauna, bine filtrată), consilierii lui Elţîn au lansat cu succes zvonul precum că şeful lor a fost destituit din post şi eliminat din componenţa Comitetului Central pentru că a criticat-o pe soţia, extrem de nepopulară pe atunci, a secretarului general. Cu toată absurditatea sa, zvonul s-a răspândit foarte repede şi în spaţii destul de vaste, reprezentând şi începutul unei incredibile popularităţi a lui Elţîn în următorii patru ani.

În fine, obiectivul stabilit poate fi de multe ori unul mult mai general şi mai distructiv: de a crea panica în masă sau de a organiza pogromuri etc. În acest caz, ca de altfel şi în cazul anterior, planul de lucru al agenţilor include şi depistarea necesităţilor psihologice şi informaţionale nesatisfăcute şi, de asemenea, a celor mai caracteristici distribuitori de informaţie neoficială pentru cultura dată (a ţării, regiunii, oraşului). De exemplu, în

oraşele ruseşti, cel mai bun mediu pentru răspândirea zvonurilor sunt considerate băbuţele pensionare, în Orientul Apropiat şi Mijlociu – târgoveţii de la piaţă, în ţările Americii Latine – taximetriştii; în Caucaz, locul tradiţional de răspândire a bârfelor sunt înmormântările şi, pe plan secundar, nunţile, unde se adună o mulţime de rude şi prieteni.

E de remarcat şi procedeul de creare *intenţionată* a unei nişe informaţionale cu scopul de a dezorienta adversarul, a-l provoca să lanseze zvonuri false dar absolut inutile, distrăgându-l astfel de la acţiunile productive. Un astfel de procedeu este foarte bun doar în cazurile când a fost elaborată o metodă eficientă de a pune capăt zvonului în momentul necesar. De o asemenea manieră s-a acţionat în septembrie 1973, în Santiago („brigada lui Prats"), despre care am vorbit deja.

Voi relata încă un exemplu fără a numi, din raţiuni lesne de înţeles, locul şi timpul desfăşurării acţiunii.

Cu jumătate de an înainte de alegerile prezidenţiale întruna din republicile Federaţiei Ruse au început să fie aduse şi depozitate materiale şi aparataj din străinătate pentru construirea unei fabrici. Informaţia despre caracteristicile tehnice, iniţiatorii construcţiei şi viitorii patroni ai fabricii era ţinută în secret.

Adversarii preşedintelui în funcţiune s-au năpustit asupra acestei fabrici aproape imaginare, construcţia căreia tărăgăna de foarte mult timp, cu toată puterea mijloacelor formale şi neformale. Au invitat ecologi, au elaborat „expertize publice" (fără a cunoaşte datele tehnice!) conform unor reglementări învechite, răspândeau proclamaţii stupide şi zvonuri despre presupuşii patroni ai fabricii (care, bineînţeles, se dovedeau a fi nişte indivizi deloc simpatici, din republica vecină), instigau

concetăţenii la acţiuni violente de protest etc.

Cu doar trei zile înainte de alegeri, preşedintele a anunţat oficial că nu va permite în niciun caz construirea mult trâmbiţatei fabrici dacă locuitorii acelui raion nu vor vota pentru aceasta în cadrul unui referendum. Astfel, iniţiativa a fost luată de oamenii preşedintelui şi eforturile de luni de zile ale adversarilor s-au pierdut în zadar.

Problema pe care trebuia s-o soluţioneze consultanţii era să asigure pentru viitor un vot favorabil în cadrul referendumului, dar căile de soluţionare fuseseră elaborate din timp…

Siguranţa informaţional-politică a societăţii necesită stăpânirea metodelor profilactice şi operative de propagare a zvonurilor. În cadrul analizării potenţialelor metode, vom apela şi la cunoştinţele acumulate despre factorii apariţiei zvonurilor.

Mediul rezistent la zvonuri: profilaxia

Şi anihilarea operativă a zvonurilor

Atitudinea faţă de fenomenul sui-generis al zvonurilor depinde în mod substanţial de natura puterii politice. Regimul totalitar este intransigent faţă de orice generator de incertitudine în sfera economică, politică sau ideologică. De obicei, acest tip de regim se orientează spre idealul unui control centralizat, percepe spontaneitatea ca pe o regretabilă eroare de conducere şi tinde să creeze un sistem informaţional total „transparent” (ca sistemul economic şi cel politic). Într-un sistem de acest gen, căruia i se spune sistem administrativ de comandă, zvonurile sunt un fenomen tot atât de unilateral negativ ca şi, de exemplu, proprietatea privată sau iniţiativa de afaceri, şi problema care şi-o pune acest sistem este cum să salveze societatea de astfel de „rămăşiţe” dăunătoare ale trecutului.

Într-un sistem informaţional democratic zvonurile

Sunt considerate un fenomen firesc al vieţii sociale. Se admite

Un coraport optimal dintre veridicitate şi incertitudine, ceea ce face ca sistemul să fie mult mai amorf, dar totodată mult mai diversificat în interior, mai flexibil şi mai adaptabil. (Reluând comparaţia dintre zvonuri şi câini trebuie să ne amintim că şi câinii sunt periculoşi doar în situaţii concrete.) Prin urmare, într-o societate democratică nu s-a pus niciodată problema lichidării zvonurilor percepute ca fenomen social. Obiectivele practice se limitează la a constitui un mediu rezistent la zvonuri la nivelul unor grupuri separate, relativ izolate (unitate militară, expediţie, partid politic, fabrică, Urmă etc.) prin organizarea de campanii (lectorale şi de altă natură şi, de asemenea, contracarând un zvon circulant concret. În acest caz, se disting două categorii de măsuri: *profilactice* şi *operative.*

Pentru elaborarea măsurilor profilactice e util să apelăm din nou la factorii care contribuie la apariţia zvonurilor şi mai ales la schema 3. Un mediu rezistent la zvonuri presupune:

— Operativitate şi sistematizare considerabile ale comunicatelor oficiale, asigurând un coeficient înalt al indicelui c.c. (t.) (comunicate concordante „pentru o anumită perioadă de timp9);

— În permanenţă, un grad înalt de veridicitate a informaţiei pentru a păstra o î.s. (încredere în sursă) necesară;

— O legătură inversă sistematică şi bine pusă la punct între sursa de informaţie şi auditoriu pentru a reacţiona la timp şi, dacă e posibil, pentru a devansa

reacţia la dinamica I (interesului);

— O saturaţie emoţională optimă a vieţii, distribuirea rolurilor şi funcţiilor în conformitate cu capacităţile şi predispoziţiile individuale, excluzând, atât cât este posibil, situaţiile marcate de o penurie a evenimentelor şi insatisfacţiile generate de statutul individual…

De exemplu, la organizarea pertinentă a unei campanii electorale, serviciul de consultanţă se constituie din trei unităţi funcţionale strâns legate între ele şi completându-se reciproc: echipa de cercetare/documentare *(research te-am),* echipa de avansare sau de întărire (*reinforcement te-am*) şi echipa de conversie (*conversion te-am).* Recurgând la analogia militară, prima echipă e cea care asigură recunoaşterea/cercetarea locului şi a situaţiei, cea de-a doua se ocupă de operaţiile ofensive/atac (amplificarea trăsăturilor pozitive ale imaginii), iar cea de-a treia se ocupă de acoperirea flancurilor şi a spatelui (corectarea trăsăturilor negative ale imaginii, prevenirea atacurilor inamicului asupra unor puncte vulnerabile).

Ultima din funcţiile enumerate este şi una dintre cele mai captivante şi necesită o pregătire psihologică specială. Conversorii sunt responsabili de faptul ca în timpul campaniei electorale să nu se întâmple diverse surprize neplăcute şi ca unele trăsături nefavorabile ale personalităţii şi biografiei clientului, percepute astfel de un auditoriu dat, să nu genereze un eşec; tot ei trebuie să procedeze de aşa manieră încât toate „mârşăviile” puse la cale de adversari să se întoarcă împotriva lor înşişi. Tot aici se încadrează, desigur, prevenirea şi lichidarea zvonurilor nocive.

Pentru o bună realizare a obiectivelor, conversorul este dator să urmărească şi să cunoască toate acele

„lacune” în care se poate naşte un zvon, să prevadă procedeele murdare pe care le por folosi adversarii (diversitatea potenţială a unor astfel de procedee nu este chiar atât de mare cum ar putea crede un observator neiniţiat). Dacă strategia este elaborată corect din punct de vedere psihologic, atunci lacunele informaţionale sunt eliminate la timp şi funcţional, şi pentru fiecare atac al inamicului va fi pregătit un răspuns operativ, adică cei interesaţi vor fi siguri că rezultatul scontat le este garantat. În acest caz, ar fi mai înţelept ca părţile concurente să se ocupe mai mult de propriul candidat şi să se abţină de la atacuri virulente şi de la a se împroşca reciproc cu murdării, în caz contrar ar putea beneficia „de efectul bumerangului.

Vom reveni la această problemă în cadrul următoarei lecţii, care e şi ultima. Deocamdată, vom ilustra cele spuse cu trei exemple.

Un cunoscut ziarist din Moscova a decis să-şi depună candidatura pentru Duma de Stat într-o circumscripţie electorală dintr-o zonă provincială. Pentru campania candidatului, pregătirea buletinelor electorale, a articolelor

(lin presă, a emisiunilor radio şi tv s-au cheltuit o groază de hani, iar sondajele arătau că şansele de victorie sunt foarte mari. Însă în noaptea de dinaintea alegerilor, în tot oraşul nu fost lipite afişe semnate de văduva unui alt foarte popular jurnalist de la televiziune, decedat tragic în Moscova cu doi ani în urmă. Aceasta îşi exprima rugămintea de a nu se vota pentru respectivul candidat, el fiind implicat în acel incident care rămăsese în memoria tuturor. Nu s-a mai putut întreprinde nimic şi candidatul a pierdut alegerile.

A demara cercetările şi a intenta un proces (cui?)

însemna a te lupta cu morile de vânt, deşi văduva jurnalistului ucis declarase ulterior că n-are nicio legătură cu respectivul l'als. Acţiunile provocatorilor au fost ilicite din toate punctele de vedere, mai exact, au fost criminale (fără a lua în consideraţie latura morală a chestiunii). Reuşita acestei acţiuni josnice a fost condiţionată exclusiv de incompetenţa consultanţilor angajaţi de respectivul candidat care era, mai mult decât posibil.

O consecinţă a infatuării candidatului moscovit.

Vorba e că prin Moscova circula cu mult înainte de începerea alegerilor zvonul despre implicarea candidatului în moartea colegului său. Aceasta era o circumstanţă atât de importantă, încât, la elaborarea strategiei electorale, putea îi ignorată doar de semidocţi sau de indivizi care nici nu voiau să creadă că veştile din viaţa de elită a capitalei ar putea ajunge într-un fund de provincie. Acest lucru ţine şi el de lipsa de profesionalism, deşi cred că organizatorii campaniei nici nu şi-au dat seama de greşeala lor…

…Un conducător stimat şi cu experienţă, căpitan de submarin în rezervă, şi-a depus candidatura la postul de primar al unui oraş. Printre electori erau mulţi colegi de-ai săi, căci majoritatea locuitorilor din oraş depindeau într-un fel sau altul de Marina Militară.

În biografia candidatului exista un episod tragic, întâmplat cu vreo 15 ani în urmă şi legat de scufundarea

Unui submarin. Jumătate de echipaj fusese atunci salvat» ceilalţi însă şi-au pierdut viaţa. Tragedia a fost investigată de două comisii de stat, unii dintre ofiţeri au fost sancţionaţi, iar comandantul submarinului a ajuns la închisoare; acţiunile viitorului candidat nu numai că au fost considerate ireproşabile, ci chiar a fost decorat cu un ordin de luptă. Mulţi dintre supravieţuitorii acelei

catastrofe îl considerau nu numai salvatorul lor, ci şi un al doilea tată.

Întâmplarea, se transformase deja într-o legendă, era, ce-i drept, foarte tristă şi neatrăgătoare şi lumea se străduia să nu-şi amintească de ea. Tineretul ştia de acel eveniment numai din auzite.

Acolo unde au murit zeci de oameni iar cineva s-a salvat, e loc totuşi pentru multe interpretări. Deşi candidatul îi convingea pe toţi că nu există şi nici nu poate exista vreun motiv pentru dubii şi cădea de acord cu consultanţii fără tragere de inimă, conversorii şi-au dat seama că acest caz reprezintă una din puţinele lacune periculoase.

Concurenţii au descoperit această nişă şi au început „s-o prelucreze" treptat. Se purtau discuţii tendenţioase cu marinarii tineri şi cu rudele acestora, erau expuse versiuni alternative ale evenimentului, în care candidatul apărea mai degrabă ca un laş şi ca un şmecher, nicidecum ca un erou. Cu o săptămână înainte de alegeri, a fost introdusă în luptă artileria grea: într-un ziar guvernamental – „Gazeta Rusă" – s-a reuşit publicarea unui articol comandat, un material care ocupa întreg „subsolul" şi în care un ziarist din capitală discuta în Sankt-Petersburg cu comandantul care îşi ispăşise pedeapsa. Autorul (nu se prea înţelegea dacă acesta era cel care lua interviul sau el era cel intervievat) îl prezenta pe candidat în cele mai negre culori, nu s-a sfiit chiar să-l facă „şobolan" şi „spurcăciune"…

Faptul că într-o campanie electorală provincială s-a reuşit implicarea unui ziar guvernamental era desigur o

Surpriză: în scenariul potenţial de răspuns se presupunea că se va apela la un ziar raional sau unul din regiunile învecinate. Consultanţii erau însă pregătiţi şi

pentru o astfel de desfăşurare a evenimentelor. Pe parcursul întregii campanii electorale, veteranii de pe submarin aminteau de acest incident iar în ziare au fost publicate câteva articole în care se vorbea parcă în treacăt de rolul jucat de candidat în respectivul eveniment. Odată cu apariţia în oraş a ziarului „Gazeta Rusă” cu articolul de pomină, pe pereţii blocurilor au fost lipite scrisori indignate ale colegilor marinari. Scrisoarea fusese ticluită de către ziarişti şi psihologi în aceeaşi seară când apăruse articolul defăimător şi, în conformitate cu canonul clasic conţinea argumente ad rem (la obiect), ad hominem (o demascare la modul personal a autorilor şi organizatorilor falsului) şi ad populum (o adresare către concetăţeni).

Alegerile s-au desfăşurat pe fondul unui val de indignare generală care i-a unit pe orăşeni în jurul candidatului, acesta primind mult mai multe voturi decât se aşteptase. E doar unul din mulţimea de exemple care ne demonstrează cum, atunci când în cadrul unei campanii electorale se apelează la consultanţi competenţi, orice „făcătură” a concurentului se întoarce în favoarea potenţialei victime a provocării…

…Într-o circumscripţie îndepărtată şi-a depus candidatura pentru Duma de Stat un ex-funcţionar de stat, de rang înalt. Concurentul său, şi acesta ex-funcţionar de stat dar cu rang mai mic, se bucura de susţinerea necondiţionată a unui mare politician din capitală, faimos prin lipsa sa de scrupule şi printr-un dispreţ afişat faţă de argumentaţie atunci când apărea în mass-media.

S-a aflat că respectivul politician îşi programase o vizită în regiune pentru a-l ajuta, prin popularitatea şi tupeul său, pe respectivul discipol să câştige cât mai multe voturi.

Consultanţii prevăzuseră această mişcare şi fiind

psihologi cu experienţă ştiau că acţiunile şi discursurile unui individ care o face pe prostul sunt uşor previzibile. Imaginaţi-vă şi singuri ce mizerii pot fi spuse despre un înalt funcţionar de stat, din mers şi fără niciun fel de argumente? Desigur: e hoţ, ia mită, la procuratură e întocmit deja un dosar…

Exact astfel de lucruri a spus politicianul sosit pe aeroport. Dar, în pofida aşteptărilor sale, aceste lucruri au stârnit doar râsul telespectatorilor şi a celor prezenţi la aeroport. Cu o zi înainte, un cunoscut ziarist local, vorbind despre vizita politicianului şi imitându-i vocea, a rostit aproximativ aceleaşi fraze. În consecinţă, efectul provocării s-a dovedit a fi invers proporţional cu intenţia…

Pregătindu-se de lucru, consultanţii sunt obligaţi să depisteze toate golurile care pot fi umplute cu zvonuri apărute spontan sau intenţionate şi alte provocării; acestea trebuie completate la timp şi cu un conţinut satisfăcător, preschimbând, în măsura posibilităţilor, neajunsurile reale sau imaginare ale clientului în virtuţi. Aici este bine venit *un maximum de asigurare*: toate slăbiciunile potenţiale ale clientului trebuie contabilizate din timp şi luate sub control, adică experienţa şi fantezia conversorului trebuie să acopere fantezia provocatorilor.

Pentru aceasta sunt necesare discuţii individuale cu clientul (uneori mai că se apelează la procedee de psihanaliză pentru a-l convinge să-şi amintească şi unele lucruri care personal i se par ridicole), focus-grupuri cu potenţiali alegători etc. Multe lucruri pot fi depistate din timp dacă ţara sau regiunea sunt bine cunoscute.

De exemplu, în Rusia contemporană, sunt considerate dezavantaje de imagine un candidat prea tânăr sau, dimpotrivă, unul prea în vârstă. Când candidatul este femeie acest lucru reprezintă un mare dezavantaj în ochii

alegătorilor, mai ales în provincie; printre altele, cea mai mare ură faţă de cariera politică sau administrativă a unei femei o manifestă tocmai femeile...[7]

E rău, desigur, când candidatul are o anumită vârstă dar nu este căsătorit sau, dimpotrivă, este căsătorit a doua sau, Doamne fereşte!, a treia oară; e rău şi atunci când apartenenţa etnică e deosebită de cea a populaţiei majoritare. Un om de afaceri va fi asociat cu mafia şi banditismul, iar un funcţionar va fi uşor de asociat cu corupţia. Când candidatul nu este de-al locului se va spune despre el că e „un venetic" care se foloseşte de regiunea noastră ca de o trambulină pentru cariera sa politică. Dacă e băştinaş, atunci se pare că e ceva mai bine, însă şi aici apar un şir de probleme noi: când şi pe cine a ofensat, cum şi-a abandonat soţia şi copilul, ce fată a curtat în tinereţe dar nu s-a căsătorit cu ea, unde şi când a fost văzut beat criţă, când s-a ciondănit cu părinţii etc. etc. Să nu vă miraţi dacă între timp vor fi date în vileag şi păcate de-ale mamei sau tatălui candidatului.

Toate acestea par amuzante şi vor rămâne aşa atât timp cât e vorba de o persoană particulară. E de ajuns însă să intraţi în politică şi să aveţi măcar cât de cât succes, şi atunci problemele dvs particulare vor deveni nu numai obiectul atenţiei publice, ci şi al unor potenţiale inginerii

---

7 Am denumit această particularitate uimitoare a femeilor din Rusia contemporană, sau poate din tot spaţiul ex-sovietic (nu avem informaţii credibile din celelalte ţări ale CSI), antisolidaritate de gen. Cauza acestei manifestări nu este prea clară. Se pare că nici în culturile occidentale, nici în cele orientale, nu au fost atestate cazuri de atitudine atât de „geloasă" a femeilor faţă de ele însele. De exemplu, în India era foarte greu să concurezi cu Indira Ghandi tocmai din cauza că multe electoare îşi dădeau votul pentru ea exclusiv din motive de solidaritate, făcând abstracţie de deosebirile etnice, confesionale şi de castă.

murdare.

Iată un exemplu tipic. Un om de afaceri de succes din Moscova s-a decis să candideze pentru Duma de Stat din partea oraşului său natal din provincie. Cu zece ani în urmă, îşi abandonase acolo prima soţie şi copilul, recăsătorindu-se în capitală. La propunerea de a-şi coopta fosta soţie în campania electorală, clientul a ripostat printr-un refuz dur; chipurile, fosta nevastă e o „paraşută" şi nu e în interesul ei să se ia la harţă, căci el o întreţine financiar şi pe ea şi pe copil. Consultanţii i-au explicat că pentru a băga strâmbe şi provocări nu e musai să intervină aceasta – şi-ar putea propune cu plăcere ajutorul fosta soacră, vecinele, prietenele. I s-a mai spus că fără participarea cointeresată a fostei neveste şi a copilului de 15 ani, probabilitatea eşecului campaniei dintr-un oarecare motiv derizoriu este extraordinar de mare. În conştiinţa celor din provincie, subiectul bârfei se va îngroşa într-o direcţie uşor de prevăzut: soţia a fost „părăsită" pentru o fufa bogată din capitală; numai copilul lui are de toate, pe când ceilalţi crapă de foame etc. etc. Toate acestea se vor închega într-o asemenea imagine, că nu vei mai cuteza să te arăţi prin locurile de baştină.

Clientul a rămas neclintit în decizia sa şi psihologii profesionişti au refuzat să mai colaboreze cu el. Au fost invitaţi consultanţi mai puţin conştiincioşi, cointeresaţi nu atât de rezultatul campaniei cât de mărimea onorariilor. Făcând o mulţime de greşeli grosolane, candidatul a fost nevoit să abandoneze cursa. Cred că, totuşi, a avut noroc, căci dacă ceilalţi concurenţi ar fi intuit în acesta un adversar serios, probabil că cele mai negre pronosticuri ale psihologilor s-ar fi adeverit…

E un exemplu edificator. Unui politician lipsit de experienţă trebuie să-i spui pe şleau: nu vrei să-ţi

„răscoleşti trecutul”, atunci ocupă-te mai bine de altceva. Iar consultantul, mai ales conversorul, trebuie să se situeze pe o poziţie fermă: dacă recomandările noastre nu vor fi luate în serios de la bun început, abandonăm campania. În caz contrar, orice neplăcere măruntă poate duce nu numai la eşecul campaniei, ci şi la traumatizarea clientului, iar consultantul se poate alege cu un prejudiciu adus reputaţiei sale…

În viaţa de zi cu zi, deseori se iscă şi situaţii de altă natură. S-a apelat la ajutorul specialiştilor competenţi prea târziu, când în gestionarea firmei sau a campaniei s-au făcut multe greşeli şi au început să se răspândească zvonuri dintre cele mai răuvoitoare. Şi atunci problema va consta în elaborarea şi implementarea unor măsuri urgente pentru înlăturarea acestora.

Pe parcursul a zeci de ani s-au experimentat diverse recomandări cu scopul contracarării zvonurilor circulante. Cea mai simplă soluţie constă în ieşirea directă la rampă şi dezminţirea subiectului. Din păcate, acest procedeu este valabil numai în anumite condiţii: utilizarea incorectă a acestuia poate genera efectul bumerangului – zvonul se va multiplica, iar intensitatea lui va creşte.

În 1980, în Polonia s-a declanşat un val de demonstraţii antiguvernamentale. Ţaţa a fost paralizată de greve muncitoreşti, inteligheţia era în fierbere, societatea era invadată de zvonuri agresive despre afacerile murdare şi luxul în care trăiau înalţii funcţionari ai guvernului şi ai Partidului Unit Muncitoresc din Polonia (ca, de altfel, şi rudele acestora).

Jurnaliştii care nu simpatizau partidul de la guvernare dar care lucrau în condiţiile unei cenzuri drastice s-au gândit la un procedeu destul de ingenios. Mass-media relatau în mod concentrat cele mai captivante

subiecte (cine şi unde are reşedinţe în străinătate, soţia cui pierde sume fabuloase într-un weekend la Monte-Carlo etc.) însoţind subiectele cu comentarii în care, bineînţeles, se spunea că toate acestea sunt doar „zvonuri scandaloase" şi „minciuni sfruntate". Inabila cenzură comunistă permitea apariţia unor asemenea texte/emisiuni, considerându-le drept materiale de agitaţie în susţinerea guvernului. Autorii caustici, punându-şi masca de inocenţi, înţelegeau destul de bine că astfel intensifică zvonurile şi contribuie la destabilizarea regimului comunist.

Acesta este un procedeu caracteristic de lansare a unui zvon. Forma de expunere se construieşte conform următoarei scheme: „Nu-i adevărat că... „Eu unul nu cred că...

— Iar în continuare este expus anume acel subiect pe care vreţi să-l lansaţi.

Un zvon poate supravieţui conform legilor sale şi poate aduce prejudicii considerabile chiar şi atunci când este ignorat. Sunt total ineficiente şi dezminţirile retorice sau generalizările de tipul: „Nu daţi crezare zvonurilor duşmănoase!" (aşa procedau, de exemplu, guvernanţii Ungariei în perioada mişcărilor antiguvernamentale din 1956).

Atunci când în cadrul seminarelor se analizează situaţii le-problemă, apare numaidecât cineva cu o propunere „ingenioasă" – de a lansa un contrazvon. I-am prevenit de fiecare dată că iniţiativa lor, mai mult ca sigur, va înrăutăţi situaţia. Aici nu se mai potriveşte analogia cu cuiul care se scoate tot cu un cui, ci mai degrabă seamănă cu un val care se suprapune valului anterior. Zvonul circulant generează *o inerţie psihică* (sau *apercepţie*), adică un obiectiv programat spre perceperea informaţiei

noi: informaţiile ulterioare se reflectă prin prisma informaţiilor precedente.

Pentru alegeri în una din regiunile Rusiei şi-a depus candidatura şi un bărbat de patruzeci de ani, celibatar convins. Campania a început cu dreptul şi se crease o situaţie favorabilă pentru candidat. Mai departe însă, aşa cum şi era de aşteptat, s-a iscat un zvon: candidatul este „homo”. Consultaţii lipsiţi de experienţă au făcut o greşeală grosolană neluând în considerare o astfel de desfăşurare a evenimentelor (în prezent, într-o provincie rusească astfel de lucruri se vor spune negreşit despre un politician matur necăsătorit!); colaboratorii au fost prinşi pe picior greşit şi au încercat să găsească, pompieristic, o contramăsură. Clientul, care după câte se pare era un individ destul de complexat, insista să fie răspândit un contrazvon precum că el este, dimpotrivă, un fustangiu…

La campanie colabora şi un fost student de-al meu care, venind în Moscova, mi-a cerut un sfat. L-am prevenit ca în niciun caz să nu facă o astfel de prostie şi l-am ajutat să elaboreze o operaţie destul de complexă şi costisitoare, dar cu un succes garantat (dacă se desfăşura conform planului). Măsura nici nu putea să nu fie complexă şi costisitoare, căci pentru acţiunile întârziate, de obicei, se plăteşte mai mult decât pentru cele preventive. (Le propun celor care vor citi această lecţie până la capăt să-şi imagineze singuri în ce consta acea operaţiune).

Clientului însă nu i-a plăcut măsura elaborată şi au rămas la vechea variantă, pe cât de primitivă, pe atât de contraproductivă. Au angajat o femeie gravidă care i-a intentat candidatului un proces pentru stabilirea paternităţii, acest lucru liind răspândit pe larg. Sondajele ulterioare au arătat că potenţialii alegători îl percepeau pe candidat ca pe un individ pervers-libidinos: nu era clar,

dacă e homosexual ori violator. Scandalul cusut cu aţă albă a redus cât se poate de repede la zero şi succesul iniţial al campaniei…

Ultimul exemplu ne demonstrează clar că zvonurile sunt o lamă cu două tăişuri şi cât de periculos este să te joci cu ele. Dar, totuşi, cum se poate contracara un zvon lansat?

Din păcate sau din fericire, lucrul cu zvonurile este un proces de creaţie, în care nu există instrucţiuni simple şi unilaterale bune pentru toate cazurile din viaţă. Pentru a lua măsuri eficiente, trebuie să evaluăm adecvat situaţia informaţională şi, înainte de toate, acel parametru care este *încrederea faţă de sursă.*

Atunci când suntem siguri că sursa respectivă de informaţie (politică, administrativă, lider de sindicat, jurnalist, ziar, radio, tv etc) se bucură de încredere în auditoriul respectiv, e bine să utilizăm atacul „frontal”. În acest caz, se povesteşte fără niciun fel de subterfugii subiectul zvonului, se explică autocritic cauza şi motivul apariţiei lui şi se expune versiunea alternativă sau una mai acceptabilă. Dacă nu se poate vorbi „fără subterfugii”, atunci poate e mai bine să se apeleze la o formă mai delicată.

După cercetările menţionate anterior, care demonstrau că la mijlocul anilor ’70 încrederea oamenilor faţă de mass-media sovietice era destul de mare, la televiziune s-a apelat de câteva ori la următorul procedeu. Crainicul programului de ştiri „Vremea”, care era difuzat concomitent pe toate canalele centrale, anunţa că redacţia a primit foarte multe scrisori de la telespectatori în care aceştia întreabă îngrijoraţi dacă e adevărat că se planifică o creştere a preţurilor la carne. Pentru a răspunde la această întrebare este invitat în studio preşedintele

Comisiei de preţuri din ţară. Acesta explică destul de plictisitor, dar pe înţelesul tuturor, că guvernul sovietic n-a majorat din 1959 preţurile la niciun produs de primă necesitate şi că n-o va face nici acum. După aceasta, zvonurile dispăreau. Toţi înţelegeau preţurile la carne nu vor creşte, dar în schimb vor creşte preţurile la aur; carnea, pur şi simplu, va dispărea din galantare sau va fi distribuită pe taloane, iar în componenţa salamului şi a chiftelelor va fi tot mai puţină.

Subliniez încă o dată că este vorba de anii ’70. Pe la începutul anilor ’80, s-au înteţit cazurile de dezinformare directă prin mass-media şi a trebuit să se renunţe la acest procedeu de implicare şi dezminţire directă. Era însă recomandat partidelor revoluţionare din străinătate, unde procedeul avea efectul scontat atât timp cât aceste partide erau funcţionale. Cele spuse sunt valabile şi pentru colective de muncă, firme şi unităţi militare; dacă în grup se păstrează un anumit nivel de comuniune internă şi încredere în lider, atunci orice zvon poate fi doborât prin „tragere directă”.

Atacul direct este însă contraproductiv dacă nu suntem siguri că sursa noastră se bucură de o autoritate neclintită în auditoriul dat. Atunci va trebui să apelăm la procedee mult mai subtile ale atacului din „flancuri”.

În vara anului 1986, capitala unui stat din Orientul Mijlociu, guvernată de forţe de stânga şi care cu puţin timp în urmă trecuse printr-un scurt dar sângeros război civil, fusese paralizată de un zvon. Se vorbea că la frontiera cu ţara vecină sunt concentrate forţele armate rămase fidele fostului dictator, cărora li s-au alăturat şi câteva divizii ale guvernelor simpatizante. Se aşteaptă ca acestea să treacă frontiera în câteva zile, se va declanşa un nou război şi toţi cei care susţin actuala putere vor fi aspru

pedepsiţi. Zvonul, depăşind barierele lingvistice, îi ţinea cu sufletul la gură nu numai pe băştinaşi, ci şi pe miile de străini care reuşiseră să se întoarcă la lucru, păstrând încă vie amintirea dureroasă a războiului trecut.

Guvernul ţării respective s-a adresat unor consultanţi din Uniunea Sovietică cu rugămintea de a-i ajuta să lichideze acest zvon, încredinţându-i, de altfel, că zvonul este total nefondat. Spre frontieră (care figura în subiectul zvonului) s-au îndreptat urgent un grup de psihologi şi ziarişti locali (în ţară sunt mii de analfabeţi, dar antenele de televiziune se văd pe fiecare acoperiş) pentru a se convinge de falsitatea zvonului. Teritoriul de la frontiera cu ţara vecină se află într-o depresiune, nu se vedea nimic îngrijorător până la linia orizontului. Nu se vedeau niciun fel de concentrări de trupe. În zona de lângă frontieră nu circulau, bineînţeles, niciun fel de zvonurisperietori…

Psihologii au trecut rapid la lucru. Au pregătit o serie de reportaje din zona de frontieră, folosind drept pretexte o nuntă, un jubileu al unui bătrân de-al locului, discuţii cu gazde primitoare etc. Discuţiile au fost organizate în aşa fel încât să fie puse în valoare viaţa liniştită a oamenilor de lângă graniţă şi dispoziţia lor optimistă.

Instalând camera în aşa mod încât să se vadă cât se poate de bine şi teritoriul străin, reporterul compara, plin de elan, viaţa „din ţara care construieşte socialismul” cu „pustiul întunecat al societăţii burgheze”. Această idee fusese completată şi de câteva cadre luate din elicopter, în care cele câteva luminiţe modeste de pe teritoriul său contrastau, totuşi, cu cu întunericul de pe teritoriul vecin („burghez”). Sub diverse pretexte se tot amintea de faptul că filmările au loc astăzi, în ziua cutare, luna şi anul cutare.

Trei zile de reportaje intensive la frontieră au distrus

orice zvon şi le-au redat liniştea locuitorilor capitalei şi ale altor regiuni mai îndepărtate de frontieră…

În altă ţară, de data aceasta într-una din America Centrală, fusese răspândit zvonul precum că secretarul general al partidului comunist local (partidul avea altă denumire, dar se considera unul marxist-leninist) este milionar. Zvonul a fost reluat de ziarele duşmănoase în care se scria câţi bani câştigă liderul politic, un om în vârstă, cumulând funcţia de lider cu cea de avocat pledant.

Aceste zvonuri şi articolele apărute în presă aduceau mari prejudicii prestigiului partidului. Pentru comunişti, care pretindeau că vor ridice poporul muncitor la luptă cu bogătaşii, astfel de învinuiri erau scandaloase şi se considera înjositor să ieşi şi să le dezminţi în direct. S-au decis să meargă pe altă cale. Ca pretext, au folosit jubileul partidului, ziua solidarităţii muncitorilor – 1 Mai, ziua de naştere a secretarului general, şi în ziare au apărut fotografii ale locuinţei sale modeste, au1 fost comandate câteva interviuri în care întrebările erau puse în aşa mod încât secretarul să poată vorbi despre faptul că nu primeşte niciun fel de onorar de la muncitorii cauza cărora o pledează în procese.

Ulterior, când partidul s-a scindat, am aflat de la foştii săi colegi că a fost în toate acestea şi multă minciună. Că liderul partidului era într-adevăr un om foarte bogat şi că îşi achiziţionase acea locuinţă modestă doar de ochii lumii. Dar din punct de vedere strict tehnologic, măsurile pentru contracararea zvonului duşmănos au fost adecvate…

Aşadar, în ce constă esenţa tragerii „din flanc”? Fără a aminti în niciun caz despre zvon sau despre subiectul lui, se transmite insistent, sub diferite pretexte, informaţia importantă cu conţinut opus de sens.

E de adăugat, că aceasta este o problemă foarte subtilă ce necesită o atenţie extraordinară la detalii. La cea mai mică greşeală se poate declanşa efectul inerţiei psihice şi atunci toate eforturile se duc de râpă.

În 1970, concurentul lui Allende la alegerile prezidenţiale era H. Alessandri, reprezentantul unei dinastii politice cunoscute în Chile, un distins domn în vârstă cu o reputaţie impecabilă. Principalul său dezavantaj era vârsta înaintată şi asupra acestuia s-a concentrat efortul de bază al adversarilor de stânga.

S-a făcut orice pentru a se demonstra că Alessandri este senil. Prin intermediul taximetriştilor şi al altor agenţi plătiţi sau voluntari se răspândeau zvonurile despre afecţiunile lui de bătrâneţe; se spunea că acesta suferă de enurezis (incontinenţa urinei pe timp de noapte) şi alte mizerii, că-i tremură întruna mâinile etc.; totodată, posturile de radio care-i simpatizau pe cei de stânga transmiteau un montaj „meseriaş" din discursurile sale, în care într-o cuvântare de trei minute fuseseră intercalate lapsusuri de tot felul, accese de tuse şi interjecţii nedefinite (dacă e să fim atenţi, putem observa aceste neajunsuri în vorbirea oricărui conlocutor), iar la sfârşitul montajului, o voce plină de viaţă se întreba: „Şi unui asemenea om aţi putea să-i încredinţaţi guvernarea ţării voastre?"…

În toate aceste zvonuri şi insinuări era puternic exagerată senilitatea candidatului. Consultanţii săi i-au dat, în genere, un sfat corect: să apară într-o emisiune în direct şi să se prezinte în faţa alegătorilor ca un om vioi, de cuvânt şi inteligent. Efectuarea cu competenţă a acestei acţiuni ar fi putut în mod decisiv să se contracareze campania murdară de clevetire. Alessandri a fost pregătit minuţios pentru ieşirea în direct, i-a fost sugerat un anume

stil vestimentar, i s-a pregătit un text pe măsură, a fost repetată mimica. Nu a fost luat în consideraţie doar un singur detaliu.

Candidatul conservator şi consultanţii săi se încrezuseră peste măsură în neutralitatea televiziunii (după cum, cu trei ani mai târziu, câştigătorul Allende a supraevaluat neutralitatea armatei). Între timp, operatorul emisiunii, un meseriaş în profesia sa, s-a dovedit a fi un socialist convins şi şi-a canalizat toată măiestria spre discreditarea politicianului de dreapta.

Ceea ce a putut să facă acest operator din imaginea candiidatului a fost îngrozitor, iar demonstraţia acestui filmuleţ ar putea înlocui cursuri întregi de la facultăţile de jurnalism şi psihologie. Camera se apropia lent de jos, conferindu-i personajului un aer cât mai trufaş; urma un racursi de sus, iar telespectatorii aveau ocazia să vadă în faţa lor un omuleţ mărunt şi de doi bani. Din cauza luminilor puternice ale proiectoarelor faţa candidatului se umplea cu broboane de transpiraţie şi fiecare broboană de sudoare era scoasă în prim-plan. Şi, ce e cu mult mai important – mâinile lui! Mâinile tremurânde ale candidatului (graţie manipulării operatorului) se pliau ideal pe conţinutul bârfelor şi au rămas pentru mult timp în memoria auditoriului.

Imaginea video a fost atât de sugestivă încât a eclipsat totalmente discursul. Mai exact, conţinutul textului vizual şi-a subordonat conţinutul textului verbal şi a discreditat imaginea candidatului în ochii alegătorilor (percepţiei umane îi este caracteristic primatul vizual, şi puţini sunt cei care îşi dau seama că a vedea cu „ochii proprii” şi a vedea „la televizor” nu e unul şi acelaşi lucru). Cele mai ofensatoare zvonuri au fost confirmate, şi, chiar în ziua următoare, ratingul lui Alessandri a căzut brusc.

Acesta le-a intentat un proces organizatorilor emisiunii, dar, cum se spune, răul fusese deja făcut…

Într-o campanie electorală şi-a depus candidatura, întruna, din circumscripţiile aflate într-o regiune îndepărtată a Rusiei un funcţionar din capitală, un cunoscut specialist în domeniul agricol. Ţinea cu tot dinadinsul să vorbească în direct cu auditoriul, deşi nu se pricepea să ţină discursuri, era

Bâlbâit, vorbea într-un limbaj neelevat şi dialectal (era dialectul altei regiuni decât cea în care candida). Încercările consultanţilor de a-l face să renunţe la discursurile în urma cărora acesta pierdea o mulţime de electori au fost zadarnice. (Candidatul avea alte calităţi, pe care se şi baza jocul electoral). L; olosindu-se de eşecurile practice ale acestuia, răuvoitorii l-au poreclit „Colhoznicul”; răspândeau cu iuţeală zvonurile despre lapsusurile lui, care, chipurile, ar fi demonstrat că inteligenţa acestuia se limitează doar la semănat şi recoltat. I ca un factor distructiv pentru imaginea sa, mai ales că populaţia regiunii, în special cea urbană, avea un nivel intelectual destul de ridicat.

În cele din urmă, candidatul s-a decis să ţină un discurs în faţa ofiţerilor din Flota Maritimă, sperând că aşa le va demonstra largheţea gândirii sale. 1 s-a pregătit un text pe care acesta îl citea destul de plictisitor, iar marinarii, plictisiţi şi ei, îl ascultau. Şi, deodată, sala a răbufnit de strigăte, s-a produs o înviorare generală, de parcă ar fi explodat o bombă. Se auzeau răcnete indignate: „Tractoristule! Colhoznicule!”, amestecate cu injurii dintre cele mai adevărate. S-a întâmplat ca, citind lextul în care se amintea despre submarinul scufundat, de tipul K-129, oratorul să greşească şi să citească în loc de K-129 altceva: „K-729”. Îi era foarte familiară această combinaţie,

întrucât K-700 este o marcă de tractor, şi atunci s-a produs efectul apercepţiei. A confunda un submarin cu un tractor!

— Nu, o asemenea ofensă, marinarii de pe submarine nu i-au putut-o trece cu vederea. Zvonul despre inteligenţa limitată a candidatului n-a fost nicidecum dezminţit, ba, din contră, a fost confirmat cât se poate de ilustrativ şi încă un segment electoral a fost pierdut pentru totdeauna.

(După acest caz amuzant, o parte dintre consultanţi au declarat că-şi dau demisia; ce-i drept, şi candidatul a înţeles că s-a purtat prosteşte. El a început să le ia în serios sugestiile, şi specialiştii experimentaţi ai firmei „Vostoc nâi proiekt".

(Proiectul de est – *n.tr.)* au reuşit, apelând la calităţile incontestabile ale candidatului, să gestioneze campania până la finalul încununat de succes…)

Umorul este alt instrument eficient pentru contracararea a zvonurilor: un banc reuşit spus la timpul potrivit este deseori mult mai eficient decât o serie întreagă de alte măsuri. E de la sine înţeles că şi în acest caz este necesar să acordăm o atenţie deosebită detaliilor, fără a scăpa din vedere nici inerţia psihică.

Un lider comunist dintr-o ţară din America Centrală, un bărbat în vârstă de patruzeci şi cinci de ani, dădea dovadă de o mulţime de calităţi personale agreabile şi utile pentru un politician, dar avea şi un mic cusur: vorbea lumea că-i plăceau nespus de mult femeile. Nu era un păcat de moarte în ochii latino-americanilor, însă un astfel de zvon aducea prejudicii atât prestigiului unui politician care tindea spre un rol de conducător al întregii naţiuni, cât şi partidului său.

Adversarii făceau din ţânţar armăsar, demonstrând neseriozitatea oponentului lor şi a fariseicei şi asceticei ideologii de stânga, în general. Unui ziarist de mâna a

doua i-a fost comandat un articol incriminatoriu. Acela, aflând că soţia politicianului plecase undeva cu copiii, a stat, chipurile, ascuns o zi şi o noapte în tufişuri şi a fotografiat şase (!) fete care i-au păşit pragul casei. Şase fete în douăzeci şi patru de ore! Nu mai\puteai crede nimic altceva despre respectivul politician decât că e vreun maniac sexual

În articol erau multe neconcordanţe, iar pozele erau de proastă calitate; despre imobil şi despre fete nu-ţi dădeai seama ce reprezintă decât dacă citeai tendenţiosul articol. Însă a începe o polemică cu tabloidul sau – şi mai mult – a intenta un proces ar fi însemnat să-l iei prea în serios. A nu reacţiona însă la această acţiune mârşavă tot nu se putea, căci oamenii de rând începuseră deja s-o discute cu multă plăcere. Se cerea insistent şi cât se poate de repede un răspuns pe potrivă – o glumă.

Ne-a reţinut atenţia faptul că în articol se vorbea numai despre fetele care intrau în casă şi nimic despre cele care să fi ieşit. Prin urmare… „Un senior foarte stimat a scris într-un/iar foarte serios că eu, chipurile, zile întregi înfulec persoane de sex feminin, soţia şi fetiţele mele nu mă mai sărută de teamă să nu le muşc năsucurile”.

— A afirmat cu un aer extrem de serios politicianul într-un recent interviu. Spectatorii au apreciat umorul, iar popularitatea sa n-a avut nimic de pierdut…

În ajunul campaniei electorale despre guvernatorul uneia din regiunile Rusiei se răspândise zvonul că şi-ar fi construit vile şi reşedinţe luxoase în străinătate. Acesta a apărut la televizor şi a spus aproximativ următorul lucru: iată fotografia şi adresa vilei mele din afara oraşului (vila nu excela prin lux), aceasta se găseşte la jumătate de oră de oraş şi fiecare se poate duce s-o vadă. Şi acum vă declar public şi în mod oficial: cel care va mai descoperi o casă de

vacanţă sau o reşedinţă care să-mi aparţină mie sau rudelor mele, în Rusia sau în străinătate, ova primi cadou…

Un alt caz amuzant din experienţa mea. După ce am ţinut pentru prima oară cursul special „Psihologia comportamentului spontan în masă" la Facultatea de psihologie a Universităţii de Stat din Moscova, printre studenţi s-a răspândit zvonul că autorul cursului respectiv (şi al acestor rânduri) ar fi colonel KGB. Aflând despre acest zvon, i-am anunţat la primul seminar: „Dacă voi mai auzi încă o dată acest lucru, voi scădea notele la tot grupul pentru ofensă adusă gradului meu, căci în realitate eu nu sunt colonel, ci general". Studenţii au zâmbit jenaţi, iar zvonul despre apartenenţa mea la Organe a pierit şi nu a mai apărut nici în ceilalţi ani, căci stilul meu de comportament nu „cadrează" cu imaginea unui general…

Dar iată şi un exemplu destul de neaşteptat pe care noi l-am descoperit în *Operele* lui V.I. Lenin. O mare parte din discursul său la închiderea lucrărilor Congresului al X-lea al Partidului Muncitoresc-Ţărănesc (bolşevic) din 1921 viza problema zvonuri lor şi tot acolo se vorbea, în speţă, de următorul episod.

Victoria bolşevicilor era percepută de mulţi, atât în Rusia cât şi în străinătate, ca un fenomen de scurtă durată; guvernele din străinătate şi capitaliştii preferau să se abţină de la contactele cu guvernul bolşevic. Dar timpul trecea, lună după lună, an după an, şi puterea în Rusia nu se schimba. Oamenii de afaceri din străinătate, care pierdeau profitul de pe urma unui potenţial comerţ, au început să dea semne de nelinişte. Trebuia anulat embargoul pentru relaţiile comerciale cu Rusia bolşevică, iaţ pentru aceasta era nevoie de o stare de spirit corespunzătoare a opiniei publice…

Răspunzând comenzii unor grupuri financiare cointeresate, jurnalistul american A. Clarke a scris broşura, „Adevăr şi supoziţii despre Rusia Sovietică”. În cărţulie erau reproduse nenumăratele zvonuri despre „retragerea lui Lenin şi a lui Troţki, despre execuţia lui Lenin de către Troţki şi invers... Nici nu vă puteţi imagina o propagandă mai bună pentru Puterea Sovietică. Zi de zi sunt colecţionate informaţii despre câte ori s-au împuşcat, s-au omorât Lenin şi Troţki, aceste informaţii se reiau în fiecare lună şi în cele din urmă sunt culese, într-o antologie şi editate”.

Efectul comic produs de broşură a convins opinia americană de faptul că speranţele la o înfrângere apropiată a; bolşevicilor sunt lipsite de temei şi a jucat şi un anume rol în ridicarea interdicţiilor comerciale.

V-am prezentat ultimul exemplu pentru a vă atrage dând nou atenţia asupra capacităţii extraordinare a zvonurilor îndoielnice de a se realiza.

Probabil că nici Clarke şi nici Lenin nu-şi imaginau că, r peste câţiva ani schimbările din partidul bolşevic vor fi exact de genul celor configurate de bârfe. Conducătorii se vor încăiera între ei, se vor împuşca unii pe alţii, pe câte unul foştii camarazi îl vor face să se sinucidă, pe altul îl vor lăsa să putrezească în & temniţă sau îl vor condamna la moarte prin împuşcare, altcuiva îi vor zdrobi căpăţâna cu pioletul. Până la toate acestea mai rămăseseră încă vreo 10 – 20 de ani.

Am vorbit anterior despre cazul din acea ţară arabă, unde a trebuit în mod operativ să fie lichidat zvonul neîntemeiat despre concentrarea de trupe inamice la frontieră. Totul s-a întâmplat exact aşa cum prevestea zvonul-sperietoare. Trupe militare impresionante au trecut acea frontieră pe care noi o văzusem absolut liniştită; după

o rezistenţă destul de scurtă, guvernul socialist a căzut, şi ultimii săi susţinători au fugit salvându-se de represalii. Toate acestea însă s-au întâmplat după opt ani.

În 1896 nu se întrezăreau niciun fel de simptome ale viitorului crah al monarhiei ruse. Şi totuşi, mulţi au perceput tragedia de la Hodânka, cu disperare sau cu răutate, ca pe un semn prevestitor. „Cine şi-a început domnia la Hodânka, acela va sfârşi urcând pe eşafod”.

— Scria pe atunci un Nostradamus indigen exprimând părerea poporului. Ştim că destinul lui Nikolai al II-lea a fost mult mai tragic, dar până la crimele din Ekaterinburg mai trebuiau să treacă douăzeci şi doi de ani! …

Şi încă un exemplu uimitor. În 1979 se răspândise un zvon ciudat prin ţările din America de Sud. Se spunea că într-un laborator militar a fost obţinut şi din greşeală a scăpat în libertate un mutant, o creatură mică, dar care muşcă – la machacacare e ori un şarpe mic, ori o şopârlă, sau o insectă, ceva ca o viespe sau chiar un ţânţar. Muşcătura acesteia era mortală pentru om, dar se puteau salva cei care într-o perioadă fie de timp (fie o oră, douăzeci şi patru de ore) … vor avea o relaţie sexuală.

Mai târziu, amintindu-şi de aceasta, lumea se amuza fredonând un cântecel haios („m-a înţepat la machaca”), pe atunci însă unora nu le ardea de glume: răspândirea zvonului era însoţită de un val de sinucideri, victime ale cărora căzuseră persoane complexate.

La doar doi ani, oamenii au auzit pentru prima oară de virusul SIDA. Şi cea dintâi versiune referitoare la proveniența acestuia era că e vorba de un mutant obţinut de biologi militari şi eliberat din greşeală…

Astfel de istorioare, în care subiecte din viaţă reproduc subiecte false, de multe ori neîntemeiate sau

uneori chiar inepte, merită, după părerea mea, o analiză specială. Într-un şir de cazuri, mecanismul *profeţiei care se autorealizează (self fulfilling prophesy)* este mai mult sau mai puţin transparent. De exemplu, zvonul despre creşterea preţurilor îi incită pe oameni să achiziţioneze frenetic cât mai multe mărfuri şi atunci preţurile cresc într-adevăr (sau marfa dispare din magazine). Zvonul-dorinţă despre abolirea iobăgiei, aprinzând speranţele neîmplinite, a generat o frustrare de masă, agresiune şi răscoale ţărăneşti – toate acestea i-au ajutat pe adepţii reformei, în frunte cu Alexandru al II-lea, să-şi înfăptuiască proiectul.

În foarte multe cazuri nu-mi este foarte clar mecanismul de amânare a realizării subiectului (o astfel de însuşire, în afară de zvonuri, o mai are un alt fenomen apropiat psihologic de acestea – bancurile). Nici nu ştiu măcar dacă există în aceste cazuri dependenţe cauzale sau doar aşa se manifestă „genialul presentiment popular”. S-ar putea însă ca toate acestea să nu fie decât coincidenţe arbitrare – doar nu toate zvonurile se adeveresc! –, în ansamblul lor însă sunt impresionante…

La sfârşitul acestei lecţii, vă atrag atenţia asupra faptului că lupta împotriva unui zvon nu reprezintă acelaşi lucru cu dezminţirea totală sau parţială a acestuia. Există cazuri în care cel mai indicat procedeu de lichidare a unui zvon este *confirmarea* lui, evitând astfel anumite suprapuneri peste subiect (din inerţia unor tendinţe despre care am vorbit anterior), şi câştigarea controlului asupra situaţiei. În caz contrar, străduindu-ne cu orice preţ să dezminţim zvonul, riscăm să aducem societăţii un prejudiciu şi mai mare.

Accidentul de la Cernobîl din 26 aprilie 1986 i-a luat prin surprindere nu numai pe conducătorii politici, ci şi pe

savanţi. Prin zonele limitrofe accidentului s-a răspândit fulgerător zvonul-sperietoare despre pericolul exploziei pentru sănătate şi viaţă. Însă conducerea de partid şi sovietică a Ucrainei, fără a se edifica în această problemă şi conform unei tradiţii încetăţenite, se gândea doar cum să secretizeze cât mai multă informaţie de cetăţenii săi şi cum să atenueze „agitaţia nesănătoasă”. Zvonul trebuia dezminţit cu orice preţ şi acest preţ a fost sănătatea oamenilor.

În loc să anuleze demonstraţia de masă cu ocazia zilei de 1 Mai şi să le recomande oamenilor să nu părăsească, dacă e posibil, locuinţele, organizaţiile de partid din Kiev au primit indicaţii să atragă la demonstraţie cât mai multă populaţie. Din punctul de vedere tehnologic al combaterii unui zvon, se părea că tot ce se face e corect. Măsurile au fost atât de eficiente încât, la doar câteva zile după incident, un satelit american a fotografist nişte puştani îmbrăcaţi doar cu pantaloni scurţi care băteau mingea pe străzile oraşului Pripeat.

Cred că, în acest caz, latura juridică şi morală a chestiunii nu necesită comentarii. Locuitorii acelor oraşe (de exemplu, Kaliningradul) în care conducerea a apelat la o tactică mult mai umană, anulând manifestaţiile de sărbătoare şi vorbindu-le oamenilor despre potenţialul pericol la care se pot expune, au fost mai puţin iradiaţi, iar ulterior nu au resimţit un şoc psihologic atât de puternic…

În multe situaţii se recurge la un procedeu mult mai subtil: accentuarea zvonului prin *corectarea subiectului.* Aceste procedee sunt similare celor din luptele orientale în care arta constă în a întoarce în favoarea ta forţa adversarului.

În cadrul unei campanii electorale, într-una din regiunile Rusiei, adversarii conducătorului aflat în

exerciţiu răspândeau de zor zvonul (cu confirmări indirecte, dar evidente) că Moscova nu-l susţine, mizând deci pe oponentul acestuia. Prin cuvântul „Moscova” se subînţelegea că e varba de preşedintele ţării (V.V. Puţin), care se bucura de simpatia populaţiei.

Staff-ului electoral i s-a recomandat să lanseze intensiv prin intermediul mass-media şi prin reţeaua informaţională neformală constituită în prealabil informaţii care să confirme că „Moscova”, într-adevăr, doreşte schimbarea puterii în regiune. Însă ca personaj central, în locul preşedintelui, apărea un oligarh pe care poporul nu-l avea deloc la inimă şi căruia actualul conducător local, puternic cum era, nu-i permitea să acapareze resursele naturale…

Uneori zvonurile circulante sunt capabile să aducă prejudicii sociale şi psihologice extrem de serioase în general, şi, în particular, prejudicii unor instituţii şi persoane concrete. De multe ori, funcţionarea în parametri normali a unui grup, organizaţii, firme, viaţa liniştită, în general, şi succesul politic al partidelor şi liderilor depind de dexteritatea de a. preveni zvonurile şi de a nu te pierde cu firea în momentul în care ai de a face cu acestea…

Teme pentru lecţiile 4 – 5

Ce este un zvon? Enumeraţi caracteristicile distinctive ale acestui fenomen.

De ce este condiţionată importanţa practică a cercetării zvonurilor?

Clasificaţi zvonurile conform parametrilor sugestivi şi informaţionali. Argumentaţi tabelul de clasificare cu exemple personale.

De ce un zvon cu importanţă politică nu este absolut credibil? Relataţi despre devierile caracteristice de subiect în procesul propagării. Culegeţi exemple de astfel de

devieri din viaţa personală sau din literatură.

Ce premise sunt necesare pentru lansarea unui zvon? Cum explică apariţia zvonurilor modelul ecologico-sistemic?

Ce factori suplimentari pot contribui la propagarea zvonurilor?

Este posibilă pronosticarea şi prevenirea zvonurilor? Care sunt măsurile ce trebuie luate pentru constituirea unui mediu rezistent la zvonuri?

Ce procedee de lichidare a unui zvon răspândit cunoaşteţi? De ce depinde alegerea unui anumit procedeu în fiecare caz concret?

I viteratură suplimentară

Avercenko A.T., Spletnea (Minciuna); Brtiva v kisele. (Lama din jeleu). M., 2000.

Bezzubţev S.A., Sluhi, kotorie rabotaiut na vas. (Zvonurile care vă favorizează). SPB., 2003.

Gogol N.V., Mertvie duşi (Suflete moarte); Socin. V 21., t. (Opere în 2 vol.), vol.2. M., 1969.

Grigulevici I.R., Istoria inkviziţii 13 – 20 vv (Istoria inchiziţiei – sec. 13 – 20. M., 1970.

Dmitriev A.V., Latinov V.V., Hlopiev A.T., Neformalnaia politiceskaia kommunikaţia (Comunicarea politică neformală), M., 1996.

Dmitriev A.V., Toşcenko J.T., Obşcestrennoe mnenie v sisteme informationno-psihologiceskoi bezopasnosti (Opinia publică în cadrul sistemului de securitate informaţional-psihologică); Problemă informationnopsihologiceskoi bezopasnosti. (Zbornik statei i materialov conferenţii). (Probleme de securitate informaţional psihologică Culegere de studii şi conferinţe). M., 1996.

Lineburger P., Psihologiceskaia voina (Războiul

psihologic). M., 1962.

Lenin V.l., Reci prizakrâtie siezda 16 marta (Cuvântare la închiderea lucrărilor unui congres, 16 martie); Poln, sobr. Socin. 5 izd., T.43. (Opere complete, ed. A 5-a, vol. 43).

Sorokin P.A., Dolgij puţi. Avtobiograficeskij roman (O cale lungă. Roman autobiografic). Sâktâkvar, 1991.

Platonov K.K., Psihologia religii (Psihologia religiei). M., 1967.

Pliusnina A., Sluhi v banke. Stoit îi borotsea? (Zvonurile bancare. Merită oare să le înfrunţi?); Bankovskoe delo v Moskve (Afacerile bancare din Moscova). 1998, nr. 8 (44).

Revoliutionnîi nevroz (Nevroza revoluţionară). Antologie de Bokovikov A.K., 1998.

Russkaia revoliuţia glazami ce sovremenikov i uciastnikov (Revoluţia rusă văzută de contemporani şi, participanţi). Roma, 1981.

Hlopiev A.T., Gruppovoie i massovoie soznanie v pole sluhov (Conştiinţa de grup şi de masă în sfera zvonurilor); Problemă informationno-psihologiceskoi bezopasnosti (Probleme de securitate informaţional-psihologică). M., 1973.

Şarif Ia. M., Gazeta i derevnea (Ziarul şi satul). M.; L.; 1924.

Şerkovin Iu. A., Psihologiceskie problemă massovân informationnân proţessov (Problemele psihologice ale proceselor informaţionale în masă). M., 1973.

Şerkovin Iu. A., Nazaretean A.P., Sluhi kak soţialnoe iavlenie i kak orudie psihologiceskoi voini (Zvonurile percepute ca fenomen social şi ca armă în războiul psihologic); Psihologiceskii jurnal (Revista de psihologie). 1984. Voi. 5, nr. 5.

Şcerbatân Iu. V., Psihologia straha. Populearnaiaenţiklopedia (Psihologia fricii. Enciclopedia pentru toţi). M., 2001.

Allport G.D., Postman L., The psychology of rumor. N.Y., 1947.

Brown J.A.C., Techniques of persuasion. From propaganda to brainwashing. N.Y., 1975.

Lecţia 6

Campaniile publicitare.

„Tehnologiile murdare" şi „black PR".

În prezent, în conştiinţa majorităţii ruşilor s-a instaurat o atitudine negativă faţă de specialiştii în tehnologie politică, în cadrul experimentelor psiholingvistice, expresia „tehnologie politică" este asociată de majoritatea icpondenţilor cu cuvântul „murdară", iar PR (public relations) se asociază cu determinativul „negre". Aş evidenţia două cauze ale unei asemenea stări de lucruri.

Una din acestea constă în faptul că, odată cu schimbarea regulilor jocului politic la cumpăna dintre anii '80 şi '90 în această sferă s-au aventurat o mulţime de diletanţi. Lecturând câteva broşuri americane şi autoproclamându-se printr-un cuvânt greu de pronunţat în ruseşte, dar care îi liipnotizează pe clienţii cu dare de mână – „imagemakers" – aceşti oameni au început să inventeze tot soiul de „găselniţe" pentru a „aburi" electoratul (fără a-şi da seama, uneori, că toate acestea au fost demult inventate şi experimentate)…

Unui diletant din orice sferă de activitate, dar mai ales din cea a luptelor corp la corp (sportivii cunosc bine acest lucru), îi este caracteristică iluzia că încălcarea regulilor creşte probabilitatea succesului. Acestuia nici prin cap nu-i trece că la baza tehnologiilor moderne se află

disputele din anii ’30Y) 0 pe teme de „propagandă şi morală”, „propagandă şi cinste” sau despre existenţa unui cod profesional al onoarei. Sau, şi mai bine, consideră onoarea profesională o prejudecată unacronică. De bună seamă, un tehnolog-diletant se poate bucura de succes atât timp cât are de-a face cu cei de teapa lui. E de ajuns însă să dea peste un adversar profesionist şi atunci toate „ţepele” subtile vor deveni disfuncţionale, căci adversarul le cunoaşte şi şi-a pregătit din timp o apărare flexibilă. Într-o activitate profesionistă, este mult mai *rentabil* să fii un om onest decât o lichea. Această însuşire extraordinară a moralei se manifestă în orice comunitate normal organizată şi aceasta a fost evidenţiată de mulţi1 gânditori iluştri, de la Socrate („Cunoaşterea înseamnă virtute, iar necunoaşterea este izvorul tuturor viciilor”) şi până la Lev Tolstoi („Nouă din zece fapte urâte ale omului pot fi explicate exclusiv prin prostie”). Dacă n-ar fi aşa, atunci! Morala socială ar fi sucombat imediat după naştere.

Atunci când concurează profesioniştii, campania se desfăşoară fără procedee josnice şi insinuări. Fiecare înţelege că orice acţiune murdară va fi un pretext pentru o contralovitură – efectul bumerangului – şi că aceasta le va oferi concurenţilor încă un motiv informaţional pentrüi autoprezentare etc. Echipa de consultanţi, care şi-a elaborat un sistem sigur de apărare, se ocupă de promovarea „mărfii”; sale. „Şamponul nostru”, conform calităţilor sale de consum, este superior „şamponului obişnuit” – iată o formulă corectă de campanie publicitară. Dacă însă într-o campanie alternează „împroşcarea cu noroi”, atunci se poate afirma cu siguranţă că acolo activează diletanţi.

Să nu vi se pară cinic, că pentru un tehnolog, diferenţele dintre şampon, candidatul pentru alegeri

prezidenţiale şi doctrina ideologică sunt secundare: propaganda[8] comercială şi cea politică au multe mecanisme comune.

Există încă o formulă care la prima vedere ar putea părea echivocă, dar care trebuie însuşită ferm de către toţi cei care se ocupă de tehnologiile sociale: *campania publicitară trebuie să comunice adevărul, numai adevărul, foarte mult adevăr, dar niciodată tot adevărul*

Abilitatea de a menţine echilibrul funcţional al adevărului este un indiciu important al competenţei profesionale a psihologului nu numai în politică, ci deseori şi în munca de laborator, şi în cadrul terapiei. Atunci când psihologul s-a îndepărtat de principiile adevărului, el alunecă în escrocherie, cu toate consecinţele care decurg din aceasta. Renegând principiul funcţionalităţii, psihologul se simte în derivă în cadrul unui alt discurs. Şi atunci clientul va avea parte de o lecţie în loc de recomandaţii, în loc de şedinţă terapeutic se va alege cu o consultaţie, iar în locul unui text publicitar va primi unul savant (sau semidoct).

În ultimul caz, consultantul va juca rolul unui expert şi nicidecum pe cel al unui tehnolog. Astfel de situaţii se mai întâmplă, şi atunci când aceste roluri se confundă, au loc confuzii.

În 1989, în oraşul ucrainean Zaporojie a fost elaborat proiectul unui pod cu autostradă peste Nipru. Acesta trebuia să fie unul din cele mai lungi poduri din Europa şi costurile lui se ridicau la câteva sute de milioane de ruble. Însuşi costul în sine, un cost imens al proiectului, genera o

---

8 Termenul respectiv provine din cuvântul latin propagare – a semăna, a răspândi. în ţările latine (Italia, Franţa, Spania ş.a.), acesta are conotaţii negative, căci a fost pus în circulaţie de biserica catolică: în 1622 a fost publicată bula Papei de la Roma – Propaganda Fidei -

atitudine ambiguă. Pe lângă toate acestea, autostrada trebuia să treacă prin insula Hortiţa, care este o valoare ecologică şi istorică: aici exista un ecosistem unicat

Care a pus temelia activităţii de misionariat. În ţările din grupul de limbi germanice (Germania, Anglia, SUA), cuvântul se asociază deseori cu dr. Goebbels şi ministerul lui. În cultura rusă şi în alte culturi slave, acest cuvânt şi-a păstrat o nuanţă echivocă în memoria tendinţelor totalitariste ale partidelor marxist-leniniste.

Şi tot aici îşi avea originea şi Secea Zaporojană. Prin urmare, s-au sesizat „verzii” şi cazacii.

Aprobarea şi acceptarea proiectului promiteau foarte mari dividende iniţiatorilor săi, printre care figurau şi autorităţile municipale, care se străduiau cu orice preţ să dea undă verde afacerii. S-au decis să apeleze la ajutorul savanţilor moscoviţi şi să comande o expertiză umanitară. Se înţelegea de la sine că savanţii vor aprecia numaidecât măreţia celor puse la cale şi-i vor ajuta „să treacă” proiectul, însă grupul interdisciplinar de analişti, studiind în detaliu situaţia, a demonstrat că problemele legate de transport (prin actualitatea cărora era motivat proiectul) pot fi soluţionate şi fără a se construi un pod nou, prin mijloace mult mai modeste. Mai mult decât atât, directorul firmei de consultanţă, cunoscutul psiholog A.U. Haraş, conştientizând importanţa de stat a acestei afaceri, a reuşit să apară la televiziunea locală şi să aducă la cunoştinţa publicului concluziile echipei de specialişti.

Clienţii au rămas extrem de nemulţumiţi de rezultat şi blestemau ziua în care s-au legat cu „muscalii”[9]. De altfel, ei nu comandaseră o campanie de promovare a proiectului ci o expertiză umanitară…

9H Muscali – poreclă fără conotuţii depreciative dată ruşilor – n.tr.

(E adevărat, ulterior s-a găsit o soluţie de compromis, mai puţin ambiţioasă dar care era mai mult sau mai puţin acceptabilă pentru ambele tabere).

Acceptând invitaţia, consultantul trebuie să-şi clarifice pentru sine, iar de multe ori chiar să poată să-i explice clientului ce vrea el (clientul) şi ce vor concurenţii săi, căci uneori aceste lucruri nu sunt evidente. De exemplu, angajându-se într-o campanie electorală, mulţi dintre candidaţi, de obicei, nu-şi planifică şi nici nu vor să iasă învingători. În acest caz, paleta de motivaţii reale este deosebit de diversă: să-şi facă publicitate lor sau firmei lor, să se bucure temporar de imunitate sau să facă troc de voturi etc.

Tată unul din cele mai cunoscute exemple. Rezultatul alegerilor prezidenţiale din Rusia (în 1996) a fost pronosticat cu o foarte mică marjă de eroare încă de la începutul campaniei (când ratingul preşedintelui în exerciţiu era de doar cinci procente), căci dintre toţi candidaţii numai B.N. Elţîn îşi dorea să rămână preşedinte al Rusiei şi doar echipa sa era orientată spre acest obiectiv.

Doar factorii medicali ar fi putut să împiedice atingerea acestui obiectiv. Şi astfel de factori aproape că au schimbat desfăşurarea evenimentelor: cu câteva zile înainte de cel de-al doilea tur de scrutin, preşedintele a suferit un grav atac de cord. S-a răspândit zvonul că preşedintele a decedat, zvon reluat chiar şi într-o emisiune tv, iar prezentarea preşedintelui în direct „în carne şi oase” era imposibilă.

Se instalase o situaţie extraordinar de prielnică pentru candidatul comuniştilor. E adevărat că protejaţii puterii de atunci au reuşit în acea situaţie, printr-o inducere în eroare, să nu permită apariţia (plătită) la postul naţional de televiziune a reprezentanţilor

comuniştilor, temându-se că aceştia vor anunţa public moartea iminentă a preşedintelui şi atunci ei vor trebui să declare cel puţin incapacitatea fizică a acestuia, incapacitate mascată cu mari

Eforturi. Însă Partidul Comunist al Federaţiei Ruse s-a

Împăcat uimitor de uşor cu eşecul. Liderii acestuia n-au agitat spiritele, n-au făcut scandal, n-au reactivat stufosul aparat propagandistic, care dacă era inclus la putere maximă putea duce la câştigarea alegerilor de către comunişti. E pur şi simplu îngrozitor de imaginat cum ar fi decurs ulterior evenimentele.

Ţara a fost salvată de faptul că „pericolul" neaşteptat de a pune mâna pe putere a declanşat panica la nivelul superior al conducerii comuniste. În acea vreme, politicienii se instalaseră confortabil în opoziţie şi nicidecum nu erau pregătiţi să ia puterea de stat; ei doar declarau acest lucru, pe când în realitate nu au îndrăznit să facă uz de această mană cerească. Reportajul din noaptea de după alegeri de la sediul lor a produs un efect comic: era bătător la ochi contrastul dintre conţinutul interviului (şefii de la sediu central afirmau că rezultatele au fost, desigur, măsluite şi victoria le-a fost furată mişeleşte) şi expresiile fericite de pe fizionomii – pe acestea se putea citi o uşurare de nedescris…

Aşadar, măiestria consultării politico-psihologice constă în definirea clară şi realistă a problemelor, corelându-le cu pretenţiile clientului şi resursele financiare ale acestuia şi structurarea, în raport cu acestea, a informaţiei în timp şi spaţiu. E nevoie de cunoştinţe profesioniste, de experienţă şi de intuiţie, „fiica experienţei". Când toate acestea sunt lipsă, „imagemaker"-

i ului nu-i mai rămân pentru a-şi acoperi onorarul decât faimoasele „PR negre”. Deşi unii fac aluzie la faptul că nici măcar nu ştiu ce-ar însemna acestea. Şi poate chiar într-adevăr nu ştiu, de aceea expresia luată în ghilimele ar trebui explicată pe scurt.

Sub noţiunea de „black PR” se ascund patru elemente de bază (nu numaidecât în această ordine): *răspândirea intenţionată a zvonurilor; informaţia falsă, procedee subliminale de acţiune şi propaganda neagră.* Le-am acordat atenţie suficientă zvonurilor, unor oameni maturi nu mai trebuie să le explic ce înseamnă minciuna, aşa că vom analiza doar ultimele două componente.

Definim ca *subliminală* (sub pragul conştiinţei) o astfel de influenţă comunicaţională care se desfăşoară în afara atenţiei şi conştiinţei adresantului. Ca exemplu canonic serveşte, de obicei, cel de-al douăzeci şi cincilea cadru, despre care se pare că au auzit cu toţii.

Viteza obişnuită a peliculei necesară pentru a percepe mişcarea este de douăzeci şi patru de adre pe secundă. Procedeul constă în faptul că în peliculă este montat încă un cadru, al douăzeci şi cincilea, care nu a e nicio legătură cu subiectul filmului, dar care licăreşte în înecare secundă în faţa spectatorului. Practic, acest cadru nu poate fi fixat cu ochiul liber iar omul nici nu observă şi nici nu conştientizează că ar fi văzut şi altceva decât filmul propriu-zis. Însă licărirea în faţa ochilor a uneia şi aceleiaşi imagini generează o dorinţă obsesivă. De exemplu, dacă pe acest cadru era un clip publicitar „Coca-cola”, atunci, la sfârşitul filmului, la chioşcul de băuturi de lângă cinematograf rândul va fi mult mai mare.

Acest efect, demonstrat pentru prima oară în 1957 de către psihologul american G. Vikery, poate suferi o mulţime de modificări tehnice. Pe acelaşi ecran, de exemplu, sunt

orientate două proiectoare, unul dintre acestea proiectând filmul, iar celălalt „împuşcând” ia fiecare secundă, mult mai slab, un cadru publicitar. Cu acelaşi succes poate fi utilizată şi pelicula audio. Cu câţiva ani în urmă, un post moscovit de radio şi-a organizat un scandal „apărându-se” de învinuirea că şi-ar fi montat în emisiunile sale iinumite sunete care amplificau atracţia sexuală.

În anul 2000, s-a anunţat în presă că unei companii tic televiziune din Ecaterinburg, AM, i-a fost, într-adevăr, ridicată licenţa. S-a adeverit că în emisiunile acestei televiziuni era montat un al douăzeci şi cincilea cadru, în care era scris cu litere mari: „doar AM”.

În acelaşi an, în faţa unui judecător din Texas s-au prezentat proprietarii unei agenţii matrimoniale. Experţilor din Societatea de protecţie a consumatorului li s-a părut suspect procentul foarte ridicat de căsătorii încheiate prin intermediul acestei agenţii. Ei au demonstrat cu uşurinţă că pe videocasetele de prezentare a pretendenţilor şi pretendentelor era inclus al douăzeci şi cincilea cadru cu cuvinte din faimoasa piesă a grupului Beatlles „Love me de!” (Hai, iubeşte-mă!). Cu toate acestea, procesul nu a putut fi dus până la capăt din cauza faptului că niciunul dintre „păgubaşi” nu a vrut să fie martor al acuzării – toţi au declarat că sunt fericiţi în noua căsătorie… I

În 1976, la un curs al profesorului K.K. Platonov, s* a vorbit despre un experiment pus la cale de un discipol al profesorului, un ofiţer tânăr, pentru a le demonstra generalilor sceptici posibilităţile disciplinei sale. Sub pretextul verificării marinarilor de pe submarine la rezistenţa faţă de stresul cauzat de zgomot, în cabinele marinarilor se transmitea timp de câteva ore pe zi, de la o sursă centrală, un „zgomot alb”, adică o îngrămădire

haotică de sunete lipsite de sens. Pe lângă aceasta, în cabinele marinarilor care divorţaseră în ultimii doi ani, se transmitea un zgomot şi de la altă sursă. Acolo zgomotul alb era „colorat” de vocea unui bărbat care repeta în permanenţă aceeaşi propoziţie: „... Da, ce bună era soţia...”. Puterea acestui sunet era calculată astfel ca să nu se; observe din vacarmul general. Ajunşi însă la mal»; majoritatea „victimelor” experimentului s-au întors la fostele soţii.

O firmă americană de publicitate le-a demonstrat scepticilor în felul următor eficacitatea activităţii lor. I

La intrarea într-un supermarket stătea un tânăr sfios? Cu un reportofon. Acesta li se adresa cumpărătorilor (majoritatea erau femei) cu rugămintea de a îi explica de ce au ales tocmai şamponul pe care-l cumpăraseră şi nu altul. „Probabil, aţi văzut reclama noastră?” – întreba tânărul. Reacţia respondendelor era caracteristică: „Ce* prostie! Cum aţi putut să credeţi una ca asta? Eu detest publicitatea! Semăn eu cumva cu o tipa care se uită l-ai; clipuri publicitare?!” Ca răspuns, tânărul părea că se intimidează şi mai mult: „Scuzaţi-mă, am spus aşa o prostie! Orice om cu experienţă şi-ar fi dat seama dintr-odată că dvs nu sunteţi din cele care pierd timpul cu reclame... Dar, fiţi drăguţă, poate îmi puteţi, totuşi, spune de ce aţi ales anume această marfa?”

Înduioşându-se, doamnele începeau să-i înşire raţionamentele lor. Textele culese astfel erau comparate ulterior cu textul clipului publicitar. În majoritatea cazurilor, era evidentă coincidenţa textuală.

De altfel, de aici ne putem da seama că publicitatea

Acţionează deseori la limita metodei subliminale. Se

Apelează şi mai mult la această metodă în cadrul

propagandei politice.

„Cu un aruncător de grenade pot fi uciși cinci imperialiști americani. De câte aruncătoare de grenade este nevoie pentru a nimici douăzeci de imperialiști?” – de probleme de acest gen abundă manualele şcolare de aritmetică editate în Vietnam în anii ’70. Psihologii americani, analizând manualele Germaniei fasciste şi ale altor state, inclusiv ale Statelor Unite, au ajuns la concluzia că anume lecţiile de matematică şi nu cele de istorie sau literatură influenţează extraordinar viziunea copiilor asupra lumii. În manualele disciplinelor umanitare, propaganda se face la modul direct, întâmpinând o rezistenţă semantică normativă şi o evaluare mai mult sau mai puţin conştientă a tezelor. În matematică, atenţia este concentrată asupra cifrelor şi formulelor, fondul ideologic rămâne la periferie şi treptat, printr-o repetiţie disimulată, valorile necesare sunt introduse în subconştientul copilului. În aceasta constă esenţa celui de-al douăzeci şi cincilea cadru şi pentru a inventa noi şi noi variante e nevoie doar de puţină fantezie.

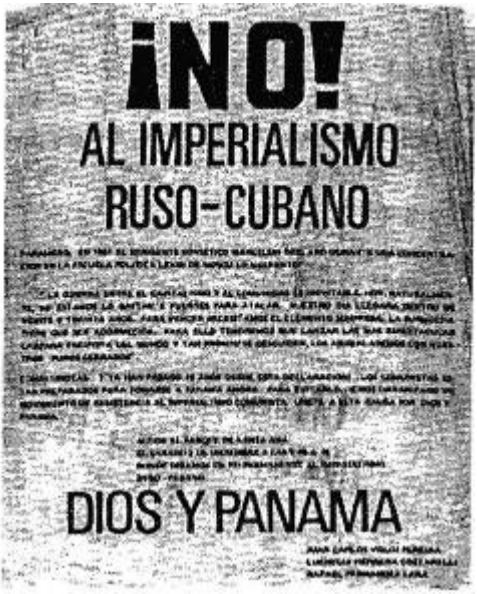
Într-un film din anii ’70, cu desene animate despre Scufiţa Roşie, autorii i-au pus pe cap Lupului un chipiu cu secera şi ciocanul şi au imprimat englezei lui un pronunţat accent rusesc. În benzile desenate pentru copii care au invadat Chile pe timpul lui Pinocet, două dintre cele mai oribile personaje purtau bărbi caracteristice, se numeau Mark şi Enhel şi se adresau unul altuia cu apelativul „camarada” – tovarăşe! Iar în spectacolul radiofonic „ex* perimental” amintit anterior despre invadarea Americii Latine de către extratereştrii de pe planeta vecină; înfricoşătorii marţieni-vampiri nu erau numiţi altfel decât „marş işti”.

Într-o lecţie precedentă s-a vorbit şi despre felul cum

conducerea falimentară a unui studio TV, străduindu-se să sensibilizeze spectatorii, a montat într-un colţ al ecranului un logo – „Astăzi susţinem NTV” – şi la un interval de câteva minute licărea pe ecran un enunţ scris cu litere mari; „Mulţumim spectatorilor pentru susţinere!” i;

Toate exemplele prezentate sunt variante ale aceluiaşi efect: programul ideologic şi (sau) comportamental este inculcat în subconştient printr-o reluare disimulată, evitând perceperea conştientă şi rezistenţa semantică faţă de text. Când însă omul; conştientizează că se încearcă a-l convinge de ceva, atunci nu mai poate fi vorba de o influenţă subliminală, oricât de obscen, mincinos sau „întunecat” ar fi conţinutul 1 subiectului respectiv.

Propaganda neagră presupune o informaţie cm indicarea unei surse false. Prin aceasta se deosebeşte de propaganda *albă* şi *cenuşie*, cea dintâi indicând o sursă adevărată (fig.20) iar cealaltă neindicând sursa (fig.21).



NU imperialismului ruso-cubanez!

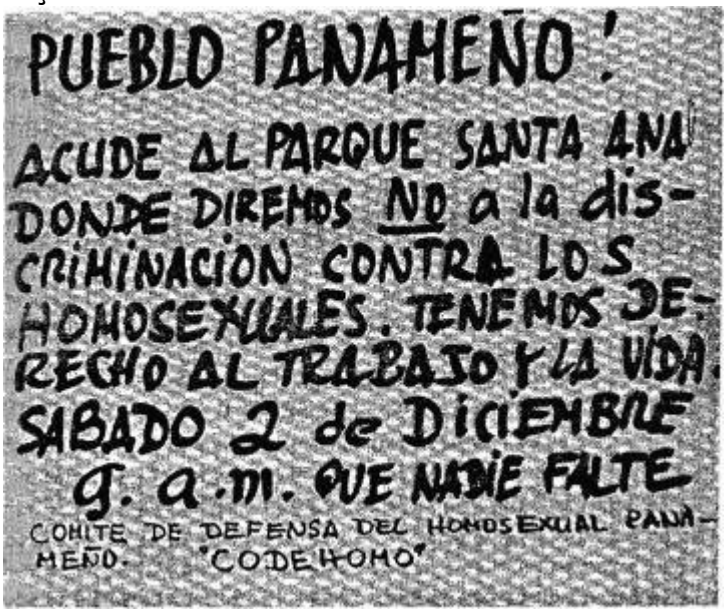
Cetăţeni ai Panamei! În 1951, conducătorul sovietic Mânuitski a declarat la o întrunire din Moscova, în cadrul Şcolii leniniste internaţionale: „Războiul dintre capitalism şi comunism este inevitabil. Deocamdată, nu avem forţa necesară pentru un atac decisiv, dar timpul nostru va veni peste 20 – 30 de ani. Pentru victorie avem nevoie de factorul-surpriză, de aceea trebuie să slăbim vigilenţa burgheziei. Trebuie să declanşăm o nemaiîntâlnită campanie pentru pace în toată lumea, iar când duşmanii noştri se vor relaxa îi vom ataca cu toată puterea”.

Concetăţeni! De la această declaraţie au trecut 25 de ani! Comuniştii sunt gata să pună mâna pe Panamá. Pentru a-i împiedica să facă acest lucru noi am organizat o mişcare de rezistenţă în faţa imperialismului comunist şi am denumit-o „Dumnezeu şi Panamá”, Luptaţi alături de noi.

Veniţi sâmbătă, pe 2 decembrie, la ora 9, la un miting în parcul Sfânta Ana, unde vom spune toţi împreună „NU” imperialismului rusocubanez.

Semnat: Dumnezeu şi Panamá; numele a trei organizatori.

Fig. 20. Exemplu de propagandă albă. Manifestul a fost răspândit în 1976, în capitala Republicii Panamá. Făcând abstracţie de conţinutul mincinos, manifestul se prezintă ca o propagandă albă, fiind indicată sursa reală a declaraţiei.


PUEBLO PANAMEÑO!
ACUDE AL PARQUE SANTA ANA
DONDE DIREMOS NO a la dis-
CRIMINACION CONTRA LOS
HOMOSEXUALES. TENEMOS DE-
RECHO AL TRABAJO Y LA VIDA.
SABADO 2 de DICIEMBRE
9. a.m. QUE NADIE FALTE
COMITE DE DEFENSA DEL HOMOSEXUAL PANA-
MEÑO. "CODEHOMO"

Panamezi! Veniţi în parcul Sfânta Ana unde vom spune NU descriminării homosexualilor. Şi noi avem dreptul la muncă şi la viaţă. Să nu încercaţi să lipsiţi sâmbătă, pe 2 decembrie, la ora 9.

Semnat: Comitetul panamez pentru apărarea homosexualilor „Codehomo”.

Fig. 21. Un exemplu de propagandă cenuşie. Foaia

volantă tipărită la sticlograf a apărut ca răspuns la cea lansată cu o zi înainte (fig.20). Se înţelege că semnătura este inventată; avem de a face cu un exemplu de propagandă cenuşie care exploatează tradiţionala atitudine depreciativă a latino-americanilor faţă de homosexualitate. Unul din liderii partidului comunist local (Partidul Popular Panamez) era foarte mândru de ingenioasa lui provocare. Într-adevăr, mitingul anticomunist a fost compromis cu mult succes: la ora anunţată, temându-se de represalii, dispăruseră din parc chiar şi vizitatorii fideli (inclusiv homosexualii care aleseseră acest parc pentru întâlnirile lor).

Dar, aşa cum fuseseră preveniţi de consultanţii din Moscova, acţiunea nu s-a terminat cu bine. Adepţii tineri ai PPP care s-au oferit să distribuie foile volante fără ca cel puţin să le citească (atât de necondiţionată era încrederea lor în partid) au observat că trecătorii, după ce citeau textul, se uitau la ei chiorâş. După ce au citit şi ei textul, au înţeles că au fost puşi de conducerea partidului într-o situaţie penibilă. Scandalul iscat a dus la o nouă sciziune în partid…

Sub semnătura unuia dintre candidaţi sunt răspândite loi volante care conţin elemente ofensatoare la adresa celorlalţi (aceştia, fără a clarifica problema, fac plângere la Biroul Electoral Central, între concurenţi încep reglările de conturi, iar în acest timp, echipa provocatorului câştigă puncte). Din unele loi volante puteţi afla fabulaţii despre urmărirea penală a candidatului şi rugămintea acestuia de a fi votat şi a obţine imunitate parlamentară; în caz contrar, „dacă N nu va ajunge în Dumă, va ajunge la închisoare”. Pe astfel de enunţuri false niciodată nu este indicată adresa tipografiei, însă cititorii nu observă asemenea mărunţişuri.

Uneori însă sunt folosite şi foi volante adevărate.

Sustrase din sediul unuia dintre candidaţi sau comandate în

Î

Secret, ca tiraj suplimentar, la tipografie. Imaginaţi-vă că dimineaţa, deschizând uşa apartamentului, găsiţi foi volante bine lipite cu clei de silicon de uşa dvs şi de uşile vecinilor. Toate cuvintele pe care le vor rosti vecinii încercând să spele de clei uşile, cad într-un fel sau altul în puşculiţa adversarilor candidatului respectiv. Dacă, bineînţeles, locatarii sunt într-atât de naivi încât să nu îşi dea seama ce e la mijloc.

Se poate ceva şi mai „ingenios”: să lipiţi foile volante ale adversarului pe parbrizul maşinilor parcate pe stradă, exact în faţa şoferului, şi mai ales iarna! (Cu câţiva ani în urmă, într-un oraş din nord şoferii enervaţi mai că nu l-au pus pe un băiat prins când lipea foile pe parbriz să le lingă cu limba).

Variantele particulare ale acestui procedeu, cât se poate de primitiv, sunt destul de diversificate. Bădărani în stare de ebrietate (sau prefëcându-se beţi) împart trecătorilor indignaţi foi cu însemnele adversarilor… Pe stradă îşi fac apariţia băieţaşi cu alură de homosexuali şi cu voci enervant-efeminate ducând placarde pe care e scris „Votaţi pentru N, candidatul nostru!”

Se poate, desigur, şi fără foi volante. La discotecă, dintr-odată, muzica este oprită, apare un bărbat în vârstă, la costum, şi începe cu o voce tărăgănat-enervantă să le explice

Tinerilor de ce aceştia ar trebui să-şi dea votul pentru un anumit candidat. Peste jumătate de minut, sala răsună de fluierături şi comentarii la adresa agitatorului şi a „candidatului său”.

Şi iată, se pare, şi un record într-ale mârlăniei, Bătrânilor din sat li se aduc în dar… prezervative. Nişte adolescenţi spilcuiţi şi voit impertinenţi le explică bătrânilor la ce servesc şi cum trebuie folosite prezervativele, încearcă să-i convingă că acesta e cel mai de preţ suvenir şi că n-au aflat până acum despre aceste desfătări doar din cauza ignoranţei lor. E de la sine înţeles, că donatorul cu dare de mână e candidatul concurent…

Vorbind despre toate aceste ticăloşii, vreau să accentuez încă o dată că instaurarea diletantismului în psihologia politică rusă şi contemporană cu o atitudine tipică diletanţilor, de dispreţ faţă de normele morale şi incapacitatea de a gândi pe termen lung, prevenind repercusiunile, reprezintă una din! Cauzele unei anumite atitudini a oamenilor faţă de „tehnologiile" politice.

O altă cauză de ansamblu este lipsa de experienţă politică a publicului „post-sovietic", lipsa oricărui progres în cadrul instituţiilor societăţii civile şi marginalizarea libertăţilor politice în sistemul de valori al conştiinţei de masă. Toate aceste motive îl fac pe omul de rând să fie cât se poate de expus la procedeele de manipulare. Este surprinzător acest lucru, pentru că o astfel de maleabilitate contrastează cu nivelul de instruire al ruşilor, cum de altfel contrastează şi cu nivelul scăzut de trai.

Personal, înţeleg că este vorba doar de un fenomen temporar. Aflăm din istoria tehnologiilor politice că doar cu câteva zeci de ani în urmă şi occidentalii erau tot atât de influenţabili şi că nici în prezent nu dau dovadă întotdeauna de o gândire politică independentă (să ne amintim cât de uşor europenii şi americanii s-au lăsat „aburiţi" de propaganda maniheistă care însoţea aventura iugoslavă a NATO în 1999).

Vorba e că tărăgănarea perioadei de tranziţie în

politică şi în conştiinţa maselor nu a jucat un rol decisiv în destinul ţării…

Ne-am obişnuit ca subiecţii politici (alegătorii) din fiecare ţară să se împartă în trei categorii: „poporul”, „electoratul” şi „cetăţenii”. În Rusia contemporană, se încadrează în prima categorie alegătorii dispuşi să-şi schimbe alegerea chiar în incinta secţiei de votare şi care se lasă uşor convinşi de un „sfat” spus pe un ton imperativ. Cea de-a doua categorie vizează persoanele care vin la secţia de votare cu o părere gata formată, dar şi aceştia, ca şi cei din prima categorie, se orientează prin excelenţă spre criterii ca vârsta candidatului, înfăţişarea, calităţile fizice (e sportiv etc.), vocea plină de bărbăţie, reputaţia de familist, apartenenţa sexuală, etnică etc. Aceştia sunt oameni care pot să dezavueze trucul cu donaţia de prezervative, dar care încă se mai lasă „cumpăraţi” de trucul cu agitatorii „homo”. În fine, cei din categoria a treia – cetăţenii – sunt capabili să compare programele candidaţilor, calităţile politice şi profesionale ale acestora.

E limpede că predispoziţia acestor trei categorii către manipulare şi coraportul dintre ele definesc, în ansamblu, gradul de manipulare al unei societăţi. E de asemenea clar că acest coraport este, din punct de vedere istoric, variabil. În ultimul timp, în unele ţări s-a considerat necesară anularea interdicţiilor asupra unor acţiuni care, în alte ţări, sunt considerate manipulative, fiindcă nivelul conştiinţei civice exclude influenţa acestora asupra comportamentului electoratului. De exemplu, în Danemarca sau în Suedia se permite anunţarea primelor date referitoare la numărarea voturilor chiar pe parcursul zilei în care au loc alegerile, deşi în Rusia sau, să zicem, în SUA, un astfel de procedeu ar fi în stare să influenţeze decisiv rezultatul alegerilor.

În URSS, tehnologiile electorale au rămas primitive şi grosolane până la mijlocul anilor ’80. De la manipulatorii de conştiinţă nu se cerea o anumită abilitate sau o fantezie bogată

— Controlul ideologic generalizat şi blocada informaţională făceau aceste lucruri inutile. De regulă, efectul general era garantat. Existau, desigur, mici erori, însă acestea nu influenţau în niciun fel evaluarea activităţii propagandiştilor – nota acestora era în mod stabil una mică (!). Frazele de serviciu despre ineficacitatea propagandei sovietice conţineau şi o aluzie la faptul că avantajele socialismului sunt incontestabile şi se văd pretutindeni, iar dacă „pe la noi, câte cineva, uneori” mai pune la îndoială acest lucru e doar din cauză că propagandiştii comunişti le cedează în măiestrie celor burghezi.

În 1986, un grup de psihologi, conştientizând rezultatele cercetărilor din ţară şi din străinătate referitoare la însuşirile gândirii stereotipe, a lansat, în cadrul unui simpozion reprezentativ, o teză neobişnuită. Noi făceam o aluzie subtilă la faptul că propaganda sovietică era *din cale afară de eficientă,* situaţie care avea repercusiuni negative pentru societate. Obiectivul savanţilor – psihologi, pedagogi, sociologi – este de a contribui nu la creşterea (conform unor formule standard ale timpului), ci la *diminuarea* eficienţei propagandei, şi de a educa personalităţi capabile să facă faţă oricăror influenţe. Omul educat prin stereotipuri şi „truisme culturale” este deosebit de vulnerabil: aflându-se în câmpul unei informaţii distonante, stereotipul nu are tendinţa de a se distruge ci de a se transforma, adică acesta se păstrează schimbându-şi doar valenţa (însemnul emoţional); ceea ce este indiscutabil pozitiv se transformă

în ceva indiscutabil negativ şi invers.

Imunitatea ideatică se constituie printr-o comunicare *în dialog*: impresia despre subiect trece prin filtrele analizei critice, omul ia cunoştinţă de punctele alternative de vedere şi este dispus să le discute. Prin urmare, e timpul să restructurăm la nivel profesionist întreg sistemul de instruire şi propagandă. Drept confirmare au fost prezentate date şi exemple concrete ale reacţiilor inadecvate ale cetăţenilor sovietici în situaţii ideologice situate în afara standardelor.

Se înţelege că „tovarăşii mai mari" au ripostat cu fermitate, învinuindu-ne de „predispoziţii către paradoxuri şi comportament epatant"; am rămas fiecare cu opinia sa. Pe atunci nici nu ne puteam imagina cât de repede vor evolua şi ce rol decisiv pentru ţară vor avea mecanismele remarcate de noi.

Supapele deschise ale „restructurării", torentele noi de informaţii şi interpretări ingenioase au invadat conştiinţa cotidiană şi în doar câţiva ani, mase de concetăţeni erau predispuşi să se considere pe sine, poporul şi ţara lor ca cele mai abjecte lucruri din lume, iar pe fiecare politician occidental drept un conglomerat de virtuţi imaginabile şi de neimaginat. Mulţi erau în stare să afirme că noi nu am repurtat victoria în cel de-al doilea Război Mondial ci, „în realitate", „am acoperit inamicul cu trupuri", că în zadar cheltuim atâtea resurse pentru cercetarea Cosmosului, că naţiunile din fosta Uniune Sovietică s-au urât dintotdeauna între ele, şi că în genere toată istoria nu-i nimic altceva decât un lanţ interminabil de fărădelegi şi ticăloşii. Iar pentru a ajunge la atât de doritul comunism (imaginea aceasta a rămas fixată dur în subconştient), e suficient doar să copiem orice stat „civilizat".

Acesta a fost un adevărat triumf al stereotipurilor cu valenţă inversată. Imaginile standard ale trecutului, prezentului şi viitorului s-au dovedit a fi într-atât de rigide încât nu cedau la înrâurirea distructivă şi, sub presiunea uraganului informaţional, îşi schimbau valenţa. Toate acestea aduceau ba cu o flotilă din corăbioare de gumă cu centrul de greutate deplasat, ba cu o peliculă montată în proiector de un mecanic cu două mâini stângi.

Contrastul paradoxal dintre nivelul înalt de instruire şi capacitatea redusă de percepere critică a generat rezultatul legic al revoluţiei culturale, al sistemului autoritar de instruire şi al unui sistem propagandistic rupt pentru mult timp de lumea externă. Probabil că predispoziţia „oamenilor sovietici” faţă de procedeele de manipulare este, în mare, o moştenire a instruirii sovietice, structurată pe stereotipuri şi truisme…

Spuneam în cadrul cursului introductiv că, personal, consider problema educaţiei drept cea mai importantă problemă a psihologiei politice ca ştiinţă. Cu cât oamenii cunosc mai multe despre mecanismele propriului comportament, mai ales a celor iraţionale, şi despre potenţiale procedee de manipulare, cu atât sunt mai dificil de manipulat. Şi cu atât mai multă măiestrie profesională li se cere celor care se ocupă de influenţarea conştiinţei sociale.

Iar odată cu măiestria vine şi demnitatea profesională. Pe măsură ce Rusia se va transforma într-o ţară a cetăţenilornoţiunile de „tehnologie”, „PR” ş.a. se vor asocia tot mai puţin cu ceva murdar şi lipsit de demnitate. Procedeele tehnologice se vor transforma în mijloace de punere în valoare şi prezentare a potenţialului uman. Nici atunci, desigur, problemele politice nu vor fi mai simple, dar vor fi soluţionate cu mai multă demnitate…

Teme pentru lecţia 6

Ce reprezintă „echilibrul funcţional al adevărului” ca indiciu de competenţă profesională a tehnologului?

Prin ce se deosebeşte problema promovării unui proiect de expertiza umanitară?

Denumiţi şi caracterizaţi procedeele care se referă la „PR negre”.

Din ce cauză în Rusia contemporană sunt atât de răspândite „tehnologiile murdare”?

Care sunt, în opinia voastră, perspectivele de dezvoltare ale tehnologiilor politico-psihologice?

Literatură recomandată

Asmolov A.G., Prezident po vâboru: modelirovanic jelaemovogo buduşcego (Un preşedinte la alegere: modelarea viitorului dorit). M., 2002.

Lineburger P., Psihologiceskaia voina (Războiul psihologic). M., 1962.

Maksimov A.A., „Cistie” i „greaznie” tehnologii vâborov (Tehnologii electorale „curate” şi „murdare”). M., 1999.

Nazaretean A.P. Soţialnie stereotip! V informationno surâslovoi sisteme licinosti. (Stereotipuri sociale în sistemul logico-informaţional al personalităţii); Materialî vsesoiuznogo simpoziuma „Aktualnie problemă soţialnoi psihologii” (Materiale ale simpozionului unional „Probleme actuale ale psihologiei sociale”. Partea 1.) Kostroma, 1986.

Petrenko V.F., Osnovî psihosemantiki (Bazele psihosemanticii). M., 1997.

Petrenko V.F., Mitina O.V. ş.a., Psihosemanticeskij analizătniceskih stetreotipov: liki toleraninosti i neterpimosti (Analiza psihosemantică a stereotipurilor etnice: aspecte ale toleranţei şi intoleranţei). M., 2000.

Şerkovin Iu. A., Psihologiceskie problemă massovân

informationnân proţessov (Probleme psihologice ale proceselor informaţionale de masă). M., 1973.

Bettinghaus E., Persuasive communication. N.Y. 1968.

Brown J.A.C., Techniques of persuasion. From propaganda to brainwashing. N.Y., 1975.

Boorstin D., The image, or what happened to the American dream. N.Y., 1962.

Choocas M., Propaganda cornes of âge. N.Y., 1965.

Meyerhoff A.E., The strategy of persuasion. The use of advertising skills în fighting cold war. N.Y., 1965.

Dicţionar terminologic

Accentuarea – una dintre tendinţele care se realizează în procesul propagării *zvonului*. Detaliile subiectului, în spe-v cial cele importante pentru un anumit tip de auditoriu şi care din acest motiv nu pot fi supuse *atenuării*, îşi măresc volumul, cantitatea şi importanţa socială; subiectul devine mult mai funcţional.

Adaptabilitate – tendinţă ce se realizează în procesul propagării *zvonului*. Detaliile subiectului se adaptează la *stereotipurile* şi *obiectivele* dominante în cultura respectivă, uneori ajungând la un conţinut contrar celui iniţial.

Agregat social – concept sociologic care desemnează o mulţime de indivizi care au în comun anumite caracteristici sociale, dar nu sunt uniţi printr-un *obiectiv* şi o structură de poziţionare şi dirijare comune, ci respectiv doar de unitatea activităţii sociale. Dobândind aceste însuşiri, A.s. se poate transforma într-un *grup social* şi, invers, în anumite condiţii, *grupul* se poate transforma în A.s. *Mulţimea* reprezintă una din formele particulare ale A.s.

Amplificarea – funcţie a propagandei constând în

susţinerea impresiilor pe care şi le-a făcut auditoriul, a *stereotipurilor* şi *atitudinilor sociale.*

Atenuare – tendinţă ce se realizează în procesul de propagare a *zvonului.* Detaliile subiectului lipsite de importanţă în ochii unui auditoriu dat dispar; subiectul se simplifică.

Atitudinea socială („engl, *attitude)* – modelul inert generalizat de reacţionarea la un anumit gen de situaţii

Sociale, la comunitatea socială (şi reprezentanţii acesteia) sau la un individ. A nu se confunda cu atitudinea motrică *(set).*

Comportament antivolitiv – tip de comportament care contravine necesităţilor legate de autoevaluare şi de cele mai multe ori orientat spre satisfacerea necesităţilor legate direct sau indirect de instinctul de autoconservare. Pentru păstrarea sau refacerea unei autoevaluări acceptabile, de obicei se declanşează mecanismele de apărare ale individului: reacţia de substituire, eliminare, raţionalizare etc.

Comportament spontan în masă – (engl. – *collective behavior)* – este un termen oarecum confuz al psihologiei politice şi sociale, prin care sunt definite anumite forme de comportament ale *mulţimii*, propagarea *zvonurilor,* uneori chiar şi moda, maniile colective, mişcările civile şi alte fenomene cu caracter de masă. Poate fi caracterizat prin următoarele simptome: antrenarea unui număr impresionant de persoane, simultaneitate, iraţionalitate (diminuarea controlului conştient) şi, de asemenea, o structurare defectuoasă, adică nedefinirea structurii de poziţionare şi conducere caracteristică categoriilor normative ale comportamentului de grup.

Comunicarea – proces de interacţiune semantică dintre oameni; se realizează prin intermediul semnelor

(limbajului) de un anumit gen. Pentru psihologia politică sunt importante trei tipuri ale C.: C*. interpersonală*, C. *publică* şi C*. în masă.*

Comunicarea dialogată – metodă de studiu, instruire şi *propagandă* structurată pe confruntarea diferitor puncte de vedere, pe o dispută binevoitoare şi o critică constructivă. C.d. contribuie la formarea unei gândiri flexibile multilaterale şi, de obicei, împiedică crearea de *stereotipuri* social-politice.

Comunicarea interpersonală – se identifică cu schimbul de informaţii în care drept adresanţi pot servi una sau mai multe persoane concrete. De cele mai multe ori, C.i. se realizează prin contact oral direct, dar în societatea modernă poate fi intermediată de legătura telefonică, fax, serviciul poştal sau poşta electronică.

Comunicarea în masă – interacţiunea, prifi intermediul mijloacelor tehnice, asupra unui auditoriu anonim cu o legătură inversă întârziată. I

Comunicarea publică – interacţiunea asupra unul! auditoriu anonim deschis cu o legătură inversă nemijlocităміting, curs etc.

Constanta antropologică – stare emoţională de masă de un anumit gen caracteristică tuturor comunităţilor umane pe parcursul tuturor etapelor de dezvoltare. Unii savanţi (A. Huggenbull ş.a.), consideră că temerile sociale şi agresiunea socială fac parte din C.a., cota acestora în paleta emoţională rămânând istoric nemodificată, pe când sursele fricii şi obiectele agresiunii se schimbă în timp. 1K

Conversia – una din funcţiile *propagandei* care constă în transformarea radicală a ideilor, *stereotipurilor* şi *obiectivelor* auditoriului. În atribuţiile C. intră muşamalizarea şi corectarea la timp a unor aspecte neplăcute (pentru auditoriul respectiv) ale subiectului,

prevenirea şi înlăturarea operativă a *zvonurilor nedorite* etc.

Conversor – psiholog-consultant, responsabil de soluţionarea cu succes în campania propagandistică a problemelor *conversiei.*

Deanonimizarea – procedeu de interacţiune orientat spre a-i scoate din anonimat pe indivizii care alcătuiesc o *mulţime agresivă*, contribuind astfel la aducerea la realitate a acestora.

Echilibru emoţional – saturarea optimă a vieţii cu emoţii pozitive şi negative. Tulburarea îndelungată a E.e. generează un val de activitate nespecifică orientat spre căutarea inconştientă a emoţiilor corespunzătoare. Una din

Surse o pot constitui pseudoevenimentele virtuale în procesul circulaţiei *zvonurilor.*

Efect subliminal (inferior pragului conştiinţei)

Totalitatea procedeelor tehnice care asigură influenţarea adresantului în afara atenţiei şi conştiinţei lui. Include diverse subcategorii ale *efectului celui de-al douăzeci şi cincilea cadru,* în formă directă sau indirectă (mai elaborată).

Efectul de bumerang-efect de influenţare (de obicei, comunicativă) contrar intenţiei.

Efectul cadrului al douăzeci şi cincilea – fenomen demonstrat pentru prima oară de psihologul american G. Vikeiy în 1957. Experimentul iniţial consta în faptul că la o viteză a peliculei cinematografice de douăzeci şi patru de cadre pe secundă, licărirea la fiecare secundă a aceluiaşi al douăzeci şi cincilea cadru (fără nicio legătură cu conţinutul filmului) nu era fixată de conştiinţă, dar genera o anumită doleanţă. Ulterior, au fost demonstrate multiple modificări ale efectului respectiv care puneau în funcţiune

nu numai percepţia vizuală ci şi alte canale de percepere. În prezent, în literatura politică şi psihologică termenul a căpătat o vastă semnificaţie metaforică incluzând toate variantele *interacţiunii subliminale* asupra psihicului pentru a constitui *stereotipuri* şi *atitudini sociale.*

Expertiză umanitară – metodă complexă de cercetare a unui proiect social de amploare (tehnic, economic etc.) care constă în calcularea coraportului dintre consecinţele pozitive şi negative ale realizării proiectului. Obiectivul E.u. se distinge strict de obiectivele marketingului, de *promovarea* proiectului *şi* campania *publicitară.*

Fascinaţie – *vertij emoţional* de intensitate medie care amplifică coeziunea de grup.

Fenomenul La Pierre – discrepanţă dintre *atitudinile* verbale şi cele comportamentale ale populaţiei, caracteristică unei anumite culturi. Răspunzând la anchete, oamenii sunt predispuşi să afirme (mai mult sau mai puţin sincer) că vor acţiona într-un anume fel în cazul unei anumite situaţii, însă în situaţia real creată oamenii acţionează cu totul altfel.

Frica nevrotică – stare emotivă obsedantă a individului sau a societăţii, de multe ori fără motiv, generând o reacţie neadecvată faţă de pericolele reale sau imaginare.

Frustrare – stare psihică generată de obstacole de neînvins (sau receptate ca atare) apărute inopinat în calea spre realizarea obiectivului-ţintă. De obicei, are drept repercusiuni două reacţii caracteristice: sau apatia şi depresiunea, sau o explozie de agresiune.

Gândire maniheistă – viziune structurată pe convingerea că intrigile Diavolului sunt cauzele oricărui rău, uneltiri materializate în acţiunile intenţionat-duşmănoase ale cuiva. Prin urmare, soluţionarea oricărui

eveniment indezirabil presupune căutarea unor duşmani şi decimarea lor. Termenul provine de la numele discipolului lui Zarathustra, gânditorul religios Mani, care a trăit în Iran, în secolul III al erei noastre.

Geografia mulţimii – parametru al eterogenităţii spaţiale şi emoţionale. În cadrul unor categorii ale *mulţimii,* în special la *mulţimea agresivă*, se evidenţiază, de obicei, un *nucleu* mult mai dens şi saturat emoţional, unde se acumulează efectele *vertijului emoţional*, şi o *periferie* rarefiată. De multe ori, se observă câteva gradaţii ale periferiei, de exemplu, *nucleul* care acţionează agresiv este înconjurat de persoane care îl susţin activ, de simpatizanţi pasivi şi, pur şi simplu, de mulţi „gură-cască”.

Graficul lui Davis – o reprezentare ilustrativă a conceptului de revoluţie socială structurat pe sinteza unor observaţii empirice impresionante. Esenţa conceptului constă în faptul că explozia nemulţumirilor de masă are loc nu atunci când indicii economici şi alţi indici obiectivi ai calităţii vieţii sunt foarte scăzuţi, ci atunci când scăderea lor relativă urmează după o creştere şi se suprapune pe speranţele în creştere ale oamenilor.

Grup social – ansamblu de persoane caracterizat prin *scopuri* comune şi aceeaşi structură de poziţionare şi dirijare.

Inerţia psihică – influenţa comuricatului precedent asupra următorului comunicat. Oameni, caută involuntar confirmarea primei versiuni a evenimentelor versiune care li s-a întipărit în memorie.

Legea polarizării – o sintetizare empirică a experienţei catastrofelor sociale. Esenţa legii: în atmosfera unui stres de masă, sentimentele şi reacţiile oamenilor se polarizează. Pe de o parte, se înregistrează o explozie de disperare şi înverşunare, sinucideri, dereglări mintale şi

patologii morale; pe de altă parte o intensificare a forţelor creatoare, o „transformare altruistă”, şi jertfire de sine. L.p. a fost formulată pentru prima oară de sociologul american de origine rusă P.A. Sorokin.

Medicina psihosomatică – orientare a medicinei care studiază influenţa stărilor psihice asupra proceselor fiziologice din organism.

Mediu rezistent la zvonuri – mediu informaţional organizat optimal în care nişele sunt completate în timp util cu surse autoritare pentru auditoriul respectiv. Într-un astfel de mediu, probabilitatea apariţiei unui zvon este redusă, iar zvonul npărut este anihilat cu uşurinţă. O condiţie de constituire a unui mediu rezistent la zvonuri este echilibrul emoţional din viaţa şi activitatea *grupului.*

Modelul ecologico-sistem ic-reprezentarea proceselor informaţionale din societate ca un sistem unic şi interdependent, prin analogie cu biocenoza. În sistemul socioinformaţional se creează nişe golite de conţinut care pot fi completate cu „genuri nespecifice” – *zvonuri.*

Modificări nesemnificative – funcţie a *propagandei* care constă în modificarea situaţivă a atitudinii auditoriului lată de obiect, păstrând neschimbat nucleul conceptual.

Moment psihologic – un segment scurt de timp care urmează, de obicei, după stimulentul şocant. Atunci când

Individul sau (şi) mulţimea se găsesc în stare de confuzie şi sunt gata să dea curs primului impuls din exterior este momentul oportun pentru a încerca schimbarea de situaţie, a impune controlul, a preveni sau a lichida *panica.*

Mulţimea – grupare temporară de indivizi care nu reclamă obiective comune şi aceeaşi structură de poziţionare şi conducere, dar care sunt legaţi între ei prin acelaşi interes şi aceeaşi stare emotivă.

Mulţimea acaparatoare – o varietate a *mulţimii active;* dominanta emoţională a acesteia este lăcomia, tendinţa de a acapara un obiect sau o informaţie de preţ, fapt ce declanşează un conflict haotic.

Mulţimea activă – *mulţimea* care îşi exprimă oanumită stare emoţională prin acţiuni energice.

Mulţimea agresivă – una dintre categoriile *mulţimii active*; dominanta emoţională a acesteia este furia, răutatea, tendinţa distructivă.

Mulţimea convenţională-grupare de indivizi aflaţi în acelaşi loc şi la o oră definită în vederea unui eveniment anunţat anterior.

Mulţimea expresivă – *o mulţime* care exprimă ritmic una şi aceeaşi emoţie: bucurie, entuziasm, indignare ş.a.

Mulţimea extatică – varianta extremă a *mulţimii expresive.*

Mulţimea ocazională – o grupare relativ întâmplătoare de indivizi constituită în virtutea unui eveniment neaşteptat. Curiozitatea este dominantă emoţională.

Mulţimea panicată – o varietate a *mulţimii active,* în care groaza şi *panica* reprezintă dominanta emoţională.

Mulţimea rebelă – o varietate a *mulţimii active* care se aseamănă printr-un şir de simptome emoţionale şi de comportament cu *mulţimea agresivă*, dar se deosebeşte de aceasta prin caracterul de indignare socială justificată. M.îi se poate transforma într-un *grup social* dacă există un nucleu organizatoric.

Nucleul mulţimii – în plan spaţial, partea centrală a unei *mulţimi agresive*, în care se acumulează efectele *vertijului emoţional* şi se manifestă cu cea mai mare putere motivaţia emotivă (cf*. Geografia mulţimii).*

Obiectiv – modelul unui viitor necesar spre atingerea

căruia este orientată acţiunea.

Obiectiv general – un astfel de *obiectiv* atingerea căruia de către fiecare dintre membrii interacţiunii depinde într-un mod pozitiv de realizarea aceluiaşi *obiectiv* de către fiecare dintre participanţi.

Panica – reacţie comportamentală *individuală*, de *grup* sau *colectivă* însoţită de o reducere semnificativă a autocontrolului volitiv. P. se poate manifesta prin acţiuni energice, dar haotice („iureşul mişcărilor"), neplanificate conştient, sau, dimpotrivă, prin *stupoare.*

Panica în masă – *panica* ce cuprinde o mulţime de oameni şi este amplificată de mecanismele *vertijului emoţional.* Într-o situaţie critică poate lua forma unei *mulţimi panicate* sau a unei mulţimi inactive, inactivitate generată de paralizia voinţei. În fine, e capabilă să se transforme într-o stare emotivă rigidă cu o înrâurire de lungă durată asupra vieţii publice.

Periferia mulţimii – partea exterioară a *mulţimii,* unde efectul *vertijului emoţional* se resimte mai slab decât în *nucleu;* prezenţa P.m. (uneori având câteva gradaţii) îi conferă *nucleului* putere de motivare emoţională, completată de senzaţia de anonimat.

PR *(public relations)* – se traduce, de obicei, ca „relaţii cu publicul"! Disciplină teoretică şi aplicată ce studiază mecanismele de formare a unei imagini cu putere de atracţie a unui lider politic, partid, organ al puterii, firmă, marfa ş.a.2. Un complex de acţiuni concertate spre formarea unei imagini seducătoare (sau dimpotrivă, respingătoare) a unui obiect social.

PR negre – ansamblu procedeelor ilegale în gestionarea unei campanii electorale. Include propagarea intenţionată a zvonurilor, transmiterea voită a unei informaţii false prin intermediul mass-media, *interacţiunea*

subliminală şi *propaganda neagră.*

Primatul vizual – caracteristică a percepţiei umane care constă în faptul că informaţia vizuală este apreciată ca mult mai veridică decât informaţia obţinută prin alte canale (auditive etc.) Pe această însuşire este structurată iluzia caracteristică a mass-media electronice: un cadru elaborat cu iscusinţă, chiar şi unul montat, este perceput de spectator ca o observaţie (empirică) directă.

Profeţie autorealizabilă – pronostic (de obicei, negativ) care a produs o impresie atât de profundă asupra unui individ sau grup încât în continuare oamenii contribuie prin acţiunile lor inconştiente la realizarea acestuia.

Promovarea – obiectiv al campaniei *publicitare (propagandistice)* care constă în prezentarea cât mai atractivă (pentru un auditoriu anume) a caracteristicilor avantajoase ale mărfii. În calitate de „marfa" poate apărea orice obiect, siglă a firmei, om politic, partid, ideologie ş.a. (cf. *Amplificarea).*

Propaganda – activitate sistematică de răspândire în societate a unor idei definite, doctrine, teze şi programe de comportament. Termenul a fost inventat de biserica catolică (în 1622) în legătură cu activitatea de misionar-l – răspândirea creştinismului printre popoarele „păgâne". Acesta e şi motivul pentru care în ţările din grupul limbilor romanice (Franţa, Spania, Italia ş.a.) termenul nu comportă o nuanţă negativă, aceasta fiind prezentă în ţările din grupul de limbi germanice (Germania, Anglia, SUA ş.a.). În ţările respective, termenul se confundă deseori cu denaturarea intenţionată a faptelor ş.a.m.d., prin analogie cu acţiunile Ministerului Propagandei condus de Goebbels.

Propaganda albă – un comunicat *propagandistic* cu

indicarea sursei reale.

Propaganda cenuşie – un comunicat *propagandistic* fără indicarea sursei sau cu indicarea unei surse imaginare.

Propaganda neagră – un comunicat *propagandistic* cu indicarea unei surse false.

Public – aici: *grup social* convocat într-un spaţiu definit pentru perceperea în comun a artei clasice, a unei conferinţe etc. Sau pentru analiza constructivă a unei probleme de real interes. P. se deosebeşte de *mulţimea convenţională* prin mecanismul comportamental.

Publicitate – noţiune apropiată de propagandă, dar folosită mai des în cadrul obiectivelor comerciale, a *promovării mărfurilor,* mărcilor sau firmelor. Şi fiindcă pot fi considerată drept „marfa" orice ideologie, program politic, partid, personaj concret etc., atunci şi tehnologiile elaborate în cadrul campaniilor publicitare sunt aplicate pe larg de către *propaganda* politică.

Reacţie circulantă – *sinonim pentru* vertijul emoţional

Regresiunea evoluţionistă – actualizarea straturilor filogenetic timpurii ale psihicului sub influenţa unei emoţii puternice.

Statutul individual – poziţia individului în structura legăturilor neformale; nivelul de respect şi atenţie din partea celor din jur.

Stereotip – imaginea inertă, extrem de generalizată, a unui anume subiect (de obicei, a unei anumite comunităţi sociale şi a reprezentanţilor ei) care intermediază perceperea subiectului dat de către un individ sau un grup. Poate fi un subiect şi acea comuniune de care aparţin purtătorii S. (autostereotip).

Stupoare – înţepenire, paralizie a voinţei; se manifestă prin limitarea drastică (chiar până la blocarea

completă) a activităţii musculare şi a capacităţii de reflexie.

Transformabilitate – însuşirea *mulţimii* de a evolua relativ uşor dintr-o categorie sau subcategorie în alta. Pe această însuşire a mulţimii – transformabilitatea – se bazează procedeele fundamentale ale dirijării şi manipulării *mulţimii* Vertij emoţional – contaminare reciprocă, transmiterea stării emoţionale la nivelul psihofiziologic al contactului dintre organisme. Depăşirea intensităţii optime a V.e. (v. *Fascinaţia)* duce 1 a degradarea grupului în mulţime. Zvon – transmiterea prin canalele *comunicării interpersonale* a informaţiilor prezentate drept adevărate fără a exista posibilitatea de a li se verifica corectitudinea.

Zvon agresiv – una dintre categoriile *zvonului* în conformitate cu clasificarea expresivă. Reflectă sentimentul de ură faţă de o anumită comunitate (etnică, confesională, de castă) şi în multe cazuri contribuie la formarea *mulţimii agresive.*

Zvonul-dorinţă – una dintre categoriile *zvonului* în conformitate cu clasificarea expresivă. Reflectă dispoziţia şi speranţele optimiste şi conduce de multe ori la o inactivitate imperturbabila; societatea afectată de euforie poate deveni în continuare victimă a demoralizării şi *panicii.*

Zvon-sperietoare – una dintre categoriile *zvonului* în conformitate cu clasificarea expresivă. Reflectă emoţia dominantă de teamă sau pesimism social şi face să crească probabilitatea *panicii în masă.*

Bibliografie

Allport G.D., Postman L., The psychology of rumor. (Psihologia zvonului), N.Y. 1947.

AndreevaG.M., Soţialnaia psihologia (Psihologia

socială).
M., 2002.
Avercenko A.T., Spletnea (Minciuna); Brtiva v kisele (Lama din jeleu). M., 2000.
Asmolov A.G., Prezident po vâboru: modelirovanie jelaemovogo buduşcego (Un preşedinte la alegere: modelarea viitorului dorit). M., 2002.
Baker R., Understanding panic attacks and overcoming fear. Oxford, (Perceperea atacurilor de panică şi depăşirea fricii), 1995
Behterev V.M., Kolektivnaiarefleksologia. V kn.: Behterev V.M., Izbrannie raboti po opbşcestvennoi psihologii (Reflexologia colectivă, în vol. Behterev V.M., Studii alese de psihologie socială). M., 1994.
Behterev V.M., Roii unuşeniavobşcestvennoi jizni (Rolul sugestiei în viaţa publică); Gipnoz. Vnuşenie. Telepatia (Hipnoza. Sugestia. Telepatia) M., 1994.
Bettinghaus E., Persuasive communication. (Comunicarea persuasivă), N.Y., 1968.
Bezzubţev S.A., Sluhi, kotorie rabotaiut na vas (Zvonurile care vă favorizează). SPB., 2003.
Boorstin D., The image, or what happened to the American dream. (Imaginea, sau ce s-a întâmplat cu visul american), N.Y., 1962.
Brown J.A.C., Techniques of persuasion. From propaganda to brainwashing. (Tehnici de persuasiune. De la propagandă la îndoctrinarea forţată), N.Y., 1975.
Bykal D.G., Psychology and medicine. Psychological dimensions of health and illness. (Psihologie şi medicină. Dimensiunile psihologice ale sănătăţii şi patologiei), N.Y, 1979.
Cijevski A.L., Fiziceskie faktorî istoriceskogo proţessa (Factorii fizici ai procesului istoric). Kaluga, 1924;

1991.

Choocas M., Propaganda comes of age. (Propaganda în epocă), N.Y., 1965.

Davis J., Toward a theory of révolution. În: Studies în social movements. A social psychological perspective. (Spre o teorie a revoluţiei. În „Studii asupra mişcării sociale. Perspectivă social-psihologică"), N.Y. 1969.

Diligenski G.G., Soţialno-politiceskaia psihologia. (Psihologia social-politică). M., 1996.

Dmitriev A.V., Latinov V.V., Hlopiev A.T., Neformalnaia politiceskaia kommunicaţia (Comunicarea politică neformală). M., 1996.

Dmitriev A.V., Toşcenko J.T., Obşcestrennoe mnenie v sisteme informationno-psihologiceskoi bezopasnosti (Opinia publică în sistemul de securitate informaţional-psihologică); M., 1996.

Freud S. Ich und Es. (Eul şi şinele).

Gogol N.V., Mertvie duşi (Suflete moarte); Opere în 2 vol., v01.2.M., 1969.

Grigulevici I.R., Istoria inkviziţii (13 – 20 vv.) (Istoria inchiziţiei sec. 13 – 20). M, 1970.

Gundarov I.A., Duhovnoe neblagopolucie i demograficeskaia katastrofa (Dezastrul spiritual şi catastrofa demografică); Obşcestrennie nauki i sovremennost (Ştiinţele sociale şi contemporaneitatea). 2001, nr. 5.

Hlopiev A.T., Gruppovoie i massovoie soznanie v pole sluhov (Conştiinţa de grup şi de masă în sfera zvonurilor); Problemă informationno-psihologiceskoi bezopasnosti (Probleme de securitate informaţional-psihologică). M., 1996.

Huggenbull A., Zloveşcee ociarovanie nasilia. Profilaktika detskoi agressivnosti i jestokosti i borba's nimi

(Farmecul funest al violenţei. Profilaxia agresivităţii şi cruzimii infantile şi lupta împotriva lor). SPB. 2000.

Le Bon G., Psihologia narodov i mass (Psihologia maselor). SPB., 1995.

Lenin V.I., Reci prizakrâţii siezda 16 marta (Cuvântare la închiderea lucrărilor unui congres, 16 martie); Opere complete, ed. A 5-ea, vol. 43.

Lineburger P., Psihologiceskaia voina (Războiul psihologic). M., 1962.

Lorenz K., Agressia (tak nazâvaemoe „zio”) (Agresiunea „aşa-zisul «rău»”). M., 1994.

Luna A.R., Ob istoriceskom razvitii poznavatelnân proţessov (Despre evoluţia istorică a proceselor de cunoaştere). M., 1974.

Maksimov A.A., „Cistie” i „greaznie” tehnologii vâborov (Tehnologii electorale „curate” şi „murdare”). M., 1999.

McLuhan M., Understanding media. The extensions of man. (înţelegerea mass-mediei. Expansiunea umană), Mc. Grow Hill, 1964.

Meyerhoff A.E., The strategy of persuasion. The use of advertising skills în fighting cold war. (Strategia persuasiunii. Utilizarea aptitudinilor publicitare în lupta împotriva războiului rece), N.Y., 1965.

Mirtov Iu. N., Besporeadki na stadione: popâtki năucinogo podhoda k probleme (Haosul pe stadion: încercări de abordare ştiinţifică a problemei); Teoria i praktika fiziceskoi kulturî (Teoria şi practica educaţiei fizice), 1988, nr. 2.

Moskovici S., Vek tolp (Secolul gloatelor). M., 1996.

Nazaretean A.P., Agressia, morali i krizisî v razvitii mirovoi kulturî (Rolul agresiunii, moralei şi crizelor în evoluţia culturii universale). M., 1996.

Nazaretean A.P., Politiceskaia psihologia: predmet, conţeptualnie osnovania, zadaci (Psihologia politică: obiect de studiu, fundamente conceptuale, probleme); Obşcestrennie nauki i sovremennnost (Ştiinţele sociale şi contemporaneitatea), 1998, nr. 1.

Nazaretean A.P., Psihologia predkrizisnogo soţialnogo razvitia (Psihologia evoluţiei sociale în faza premergătoare crizei); Psihologiceskij jurnal (Revista de psihologie). 2000, vol. 21, nr. 1.

Nazaretean A.P., Soţialnie stereotipî v informationno surâslovoi sisteme licinosti (Stereotipuri sociale în sistemul logico-informaţional al personalităţii); Materiale ale simpozionului unional „Probleme actuale ale psihologiei sociale". Partea 1. Kostroma, 1986.

Nazaretean A.P., Ţivilizationnie krizisî v kontekste universalnoi istorii (Sinergetika, psihologia i futurologia) (Crize civilizaţioniste în contextul istoriei universale) – (Sinergetica, psihologia şi futurologia). M., 2001.

O'Hemy, Comedia curiozităţii.

Petrenko V.F., Osnovî psihosemantiki (Bazele psihosemanticii). M., 1997.

Petrenko V.F., Mitina O.V. ş.a., Psihosemanticeskij analizătniceskih stereotipov: liki toleraninosti i neterpimosti (Analiza psihosemantică a stereotipurilor etnice: aspecte ale toleranţei şi intoleranţei). M., 2000. S;

Platonov K.K., Psihologia religii (Psihologia religiei). M., 1967.

Pliusnina A., Sluhi v banke. Stoit îi borotsea? (Zvonurile bancare. Merită oare să le înfrunţi?); Bankovskoe delo v Moskve (Afaceri bancare din Moscova). 1998, nr. 8, (44).

Pranghişvili A.V., Soţialnaia psihologia paniki v svete porneatia ustanovki (Psihologia socială a panicii prin

prisma perceperii atitudinii); Issledovania po psihologii ustanovki (Studii de psihologie a atitudinii). Tbilisi, 1967.

Revoliutionnîi nevroz (Nevroza revoluţionară) /Antologie de A.K. Bokovikov. M., 1998.

Serafimovici A.S., Jeleznîi potok (Torentul de fier) //Biblioteka mirovoi literaturi dlea detei (Bibliotecade literatură, universală pentru copii), vol. 26. M., 1979.

Simański P.N., Panika v voinah (Panica în conflagraţii). M.; L., 1929.

Smelzer N.H., Theory of collective behavior. (Teoria comportamentului colectiv), N.Y., 1962.

Sorokin P.A., Dolgij puţi (O cale lungă). Sâktâkvar, 1991.

Şarif la M., Gazeta i derevnea (Ziarul şi satul). M.; L., 1924.

Şcerbatân Iu. V., Psihologia straha. Populearnaiaenţiclopedia (Psihologia fricii. Enciclopedia pentru toţi). M., 2001.

Şerkovin Iu. A., Psihologiceskie problemă massovân informationnân proţessov (Probleme psihologice ale proceselor informaţionale în masă). M., 1973.

Şerkovin Iu. A., Nazaretean A.P., Sluhi kak soţialnoe iavlenie i kak orudie psihologiceskoi voini (Zvonurile ca fenomen social şi ca armă a războiului psihologic); Psihologiceskij jurnal (Revista de psihologie). 1984, vol.5, nr. 5.

Şestopal E.B., Pöliticeskaia psihologia (Psihologia politică). Manual. M., 2002.

Toch M., Collective behavior: crowds and social movements. În: Handbook of social psychology. (Comportamentul colectiv: mulţimile şi mişcările sociale în „Manual de psihologie socială”), Voï.4. London, 1968 – 69.

Turner R.N., Killian L.M., Collective behavior.

(Comportamentul colectiv), New Jersey, 1972.

Velder R., K voprosu o fenomene podsoznatelnoi agressivnosti. (Despre fenomenul agresivităţii subconştiente); Obşcestrennie nauki i sovremennost (Ştiinţele sociale şi contemporaneitatea). 1993, nr. 3 – 4.

Wundt W., Zadaci i metodi psihologii narodov (Probleme şi metode ale psihologiei popoarelor). Crestomaţie. M., 1999.

Anexa 1

Program de studiu pentru cursul special „Psihologia comportamentului spontan

În masă" Notă explicativă

Cursul special poarte şi predat şi studiat integral suplimentar la cursurile de „Psihologie socială", „Psihologie politică" sau prescurtat în cadrul cursurilor menţionate. Respectivul curs li se adresează, cu modificările de rigoare, studenţilor de la facultăţile de psihologie, sociologie şi Politologie, şi, de asemenea, celor care studiază ziaristica şi relaţiile cu publicul, cursanţilor de la Academia Rusă a administraţiei de stat de pe lângă Preşedintele Federaţiei Ruse şi filialelor acesteia, instituţiilor de învăţământ din cadrul Ministerului de Interne, a Serviciului Federal de Securitate şi Ministerului Apărării, firmelor de consultanţă şi pază.

În funcţie de natura contingentului, de interesele acestuia, de vârstă şi experienţă profesională dar şi de interesul şi experienţa profesorului pot varia accentele, volumul şi orarul cursurilor, caracterul materialului ilustrativ, orientarea şi conţinutul jocurilor practice. Acesta este unj proiect mediu al programului care permite un diapazon largde variaţiuni. Temele şi literatura recomandată au fost propuse anterior.

Obiectivele cursului:

— De a lua cunoştinţă de fenomenologia şi mecanismele comportamentului spontan în masă; 1

— Constituirea unei competenţe profesionale în domeniul consultării politico-psihologice, pregătirea şi desfăşurarea manifestaţiilor de masă, organizarea activităţii în condiţii extreme, gestionarea campaniilor electorale şi publicitare;

— Elaborarea unei atitudini conştiente faţă de acţiunile manipulative.

Tema 1. Comportamentul spontan în masă: noţiuni, fenomen social şi obiect de studiu

Noţiunea de comportament spontan în masă: diferenţa dintre fenomenele de masă şi formele organizate ale comportamentului social. Istoria studierii disciplinei în Europa Occidentală, Rusia şi SUA. Cauzele uşurinţei relative de manipulare a comportamentului spontan în masă.

Tema 2. Mulţimea şi legităţile sale comportamentale

Noţiunea de mulţime. Mecanismele de constituire a mulţimii şi scenariile evoluţiei sale. Diferenţa dintre reacţia circulară şi comunicarea semantică. Transformarea mulţimii. Procedee de dirijare şi manipulare a mulţimii neorganizate.

Tema 3. Panica în masă: factori şi mecanisme

Proveniența şi semnificaţia contemporană a termenului. Panica individuală şi cea în masă. Factorii apariţiei şi mecanismele de evoluare a panicii în masă. Contracararea panicii: procedee de prevenire şi procedee orientate spre anihilarea panicii declanşate.

Tema 4 – 5, Zvonurile percepute ca fenomen socio-psihologic şi ca armă în lupta politică

Noţiunea de zvon. Istoria studierii şi utilizării practice a zvonurilor în scopuri militar-politice, economice

şi ideologice. Clasificarea zvonurilor conform parametrilor expresiv şi informaţional. Tipuri de denaturare a subiectului în procesul de propagare. Factori fundamentali ai apariţiei zvonurilor: modelul ecologico-sistemic. Factori concomitenţi de propagare a zvonurilor. Structurarea unui mediu rezistent la zvonuri. Procedee de lichidare operativa a unui zvon circulant.

Tema 6. Campanii publicitare, „tehnologii murdare" şi „PR negre5

Propaganda şi „echilibrul funcţional al adevărului" Diferenţele dintre promovarea unui proiect şi expertiza umanitară. Motive de participare la o campanie electorală. Componente ale „PR negre". Forme de interacţiune subliminală. Propaganda albă, cenuşie şi neagră. Popor – electorat – cetăţeni. Despre perspectivele de dezvoltare a tehnologiilor politico-psihologice în Rusia.

Planul de lucru la cursul „Psihologia comportamentului spontan în masă" (72 de ore).

	Denumirea temelor de studiu	Nr. de ore (în totaH	Cursuri	Seminare
1.	Comportament spontan în masă: noţiuni, fenomen social şi obiect de studiu	4	2	2
2.	Mulţimea şi legităţile sale comportamentale	6	2	2
3.	Panica în masă: factori şi mecanisme	6	2	2
4 – 5.	Zvonurile percepute ca fenomen socio-psihologic şi ca armă în lupta pol îţi că	14	6	4

6.	Campaniile publicitare, „tehnologiile murdare” şi... PR neere”.	8	4	4
	Forma de atestare			
	În total	36	16	14

Anexa 2[10].

Psihologia politică: obiect de studiu.

Fundamente conceptuale, probleme

Extraordinar scriitor umorist şi distins lider politic, Winston Churchill explica pe înţelesul tuturor esenţa măiestriei politice: de a putea prezice din timp când, ce şi cum se va întâmpla, iar ulterior, de a explica în mod temeinic de ce totul s-a întâmplat exact invers.

Vom adăuga doar că prima parte a adagiului lui Churchill este „acoperită” de politologic, economia politică şi sociologia politică pe când cea de-a doua – în general, de psihologia politică. De obicei, se apelează la psihologi atunci când s-au întâmplat surprize neplăcute şi foarte rar atunci când aceste neplăceri puteau fi încă evitate. În cadrul discuţiei respective vom încerca să analizăm următoarea problemă: de ce pronosticurile şi proiectele elaborate fără a se lua în calcul componenta psihologică produc de atâtea ori efectul de bumerang: toţi vor să facă ceva cât mai bine, dar totul iese ca de obicei...

Lucrările politologilor autohtoni din anii ’90 abundă de lamentări în spiritul sentinţei lui Tiuteev: „Doar cu mintea nu poţi înţelege Rusia...” Deşi ni se mai propune un spectru larg de conotaţii – de la „custodie a spiritualităţii

10 Variantă prescurtată a lecţiei introductive la cursul de „Psihologie politică" ţinut pentru cursanţii Academiei Ruse a administraţiei de stat de pe lângă Preşedintele Federaţiei Ruse şi publicată în revista „Ştiinţele sociale şi contemporaneitatea", 1998, nr.l.

universale” până la „ţara proştilor” –, pe teoreticienii de acest gen îi uneşte convingerea în capacitatea de a înţelege „cu mintea” America.

Franţa şi Spania, China şi Zimbabwe, dar nici în ruptul capului ţara natală, unde nimic nu-i cum ar trebui să fie…

Dacă ţii cu tot dinadinsul să-ţi demonstrezi propria originalitate poţi găsi cu uşurinţă o mulţime de exemple. Să aruncăm o privire asupra rezultatelor ciudate ale campaniilor propagandistice în masă. Când presa oficială, radioul şi televiziunea l-au atacat în unison pe B.N. Elţîn (la sfârşitul anilor ’80) acesta a devenit, în pofida oricărei logici, idol naţional şi a câştigat cu brio alegerile din iunie 1991. Ulterior, ţinta unor demascări intensive şi a băşcăliei a devenit V.V. Jirinovski fapt ce a contribuit la succesul zgomotos al alegerilor din Dumă (în decembrie 1993). În decembrie 1995, cele mai multe locuri în Dumă le-au obţinut reprezentanţii Partidului Comunist din Federaţia Rusă: şi aceştia fuseseră eroii unei ordinare hărţuieli televizate. Nu aceasta este oare dovada iraţionalităţii ruse?

E adevărat că extraordinar de intensiva campanie mass-media pentru susţinerea lui Elţîn nu l-a împiedicat, ci dimpotrivă, l-a făcut să câştige, de asemenea, şi alegerile din 1996, dar nici acest fapt nu a schimbat prea mult laitmotivul unor comentarii. În loc de nemaiîntâlnitul spirit de contradicţie a început să se vorbească despre conformismul de neimaginat, subiectul însă – „noi nu suntem ca alţii” – s-a păstrat.

Printre altele, o problemă similară a fost analizată de publicişti şi savanţii americani cu jumătate de secol în urmă* drept pretext servind victoria neaşteptată a lui F. Roosevelt la alegerile prezidenţiale din 1940.

În acea perioadă, printre politologii şi sociologii americani se încetăţenise părerea despre posibilităţile absor Iute ale mijloacelor de comunicare în masă de a manipula opinia publică.

Pe americani i-au impresionat puternic succesele obţinute de ideologii comunişti în Uniunea Sovietică şi de cei fascişti în Germania. Unele mărturii ale dezinformării totale a cetăţenilor din aceste ţări au fost pur şi simplu cutremurătoare: s-a clarificat, de exemplu, că prizonierii nemţi considerau că New York-ul era distrus de raidurile aviaţiei şi chiar văzând cu ochii lor zgârie-norii din metropola nu au fost dezamăgiţi de propaganda lui Goebbels, ci erau uimiţi doar de spiritul de iniţiativă al americanilor „care au reuşit atât de repede să reconstruiască tot ce a fost devastat".

În ochii analiştilor americani, experienţa Germaniei şi a Rusiei demonstra cât se poate de convingător existenţa unei dependenţe directe între frecvenţa de reluare a unei teze şi impactul acesteia asupra opiniei publice. Reieşind din această concepţie simplă şi fiind la curent cu faptul că majoritatea ziarelor şi posturilor de radio desfăşoară o campanie activă împotriva realegerii lui Roosevelt pentru al treilea mandat, comentatorii i-au prezis de comun acord înfrângerea. Iată de ce victoria lui Roosevelt i-a pus pe mulţi pe gânduri. Câte cineva a început să vorbească despre neordinaritatea americanilor (adică, nu pot fi înţeleşi cu mintea...), iar alţii – despre inutilitatea ştiinţei politice în genere. Cu toate acestea, evenimentul respectiv a declanşat un val de interes faţă de psihologia politică şi a servit ca fundament pentru un şir de programe de cercetare care s-au soldat cu rezultate ştiinţifice remarcabile şi, de asemenea, cu nume noi în cadrul acestui domeniu.

Atunci s-a şi observat că atenţia politologilor, a sociologilor şi a economiştilor faţă de psihologie sporeşte, de obicei, în urma unui pronostic sau proiect eşuat şi care dă în vileag faptul că mecanismul acţiunulor umane nu este întotdeauna accesibil unei „gândiri" liniare. Un ziarist şi-a amintit chiar cu această ocazie de o observaţie ironică a lui A.R. Cehov: unii consideră că omul este un mecanism simplu, pe când în realitate acesta este un mecanism destul de complicat...

Dintele mai vechi timpuri politicienii, conducătorii de oşti, filosofii şi prorocii şi-au exprimat părerile despre fenomenele pe care astăzi le atribuim psihologiei politice. Dar abia la mijlocul secolului al XIX-lea s-au definitivat orientări ale unor cercetări sistematice. Sunt acele şcoli care se consideră şi fondatoare ale psihologiei sociale: orientarea franco-italiană a „psihologiei maselor" (G. Le Bon, Ch. Sighele, V. Pareto, G. Tarde) şi cea germană a „psihologiei popoarelor" (G. Schteintal, M. Lazarus, V. Wundt). Savanţii francezi şi italieni studiau fenomenele comportamentului stihinic în masă, mecanismele de contaminare şi imitare, motivele inconştiente ale acţiunilor sociale. Învăţaţii germani îşi concentraseră atenţia asupra particularităţilor culturalpsihologice ale diferitor etosuri, caracteristici ce se reflectau în limbaj, mitologii etc.

Orientări ştiinţifice aferente psihologiei politice s-au dezvoltat şi în Rusia în cea de-a doua jumătate a secolului al XIX-lea şi primele decenii ale secolului al XX-lea: teoria genurilor cultural-istorice (N. Ia. Danilevski), istoriografia animată (A.S. Lappo-Danilevski), sociologia subiectivă (M.P. Mihailovski), reflexologia colectivă (V.M. Behterev), heliopsihologia (A.L. Cijevski). Cercetările savanţilor menţionaţi au anticipat în mare măsură tendinţa de psihologizare a ştiinţei sociale şi conştientizarea de către

aceasta a componentei sale umaniste.

La răscrucea celor două secole au fost editate volumele psihiatrului P. Kovalevski, care a alcătuit în mod profesionist, pe baza unor informaţii accesibile, portretele unor iluştri oameni de stat din trecut, şi cărţile lui K. Golovin care a studiat, din punct de vedere psihologic, evenimentele politice contemporane lui. I

Anii ’20 şi începutul anilor ’30 s-au remarcat, pe lângă cercetările menţionate deja ale lui Behterev şi Cijevski, şi! Prin publicarea extraordinar de originalelor studii despre!

Perceperea materialelor de presă (P.P. Bloński), a zvonurilor (Ia. M. Şarif) şi a diferenţelor culturale în cadrul percepţiei şi a reflexiei (A.R. Luna).

În a doua jumătate a anilor ’30 astfel de lucrări au fost blocate pentru o lungă perioadă de timp. În genere, ştiinţele sociale au fost în mare măsură înlocuite de „materialismul istoric” Stalinist şi tot ce a mai rămas din aceste ştiinţe – filosofia, istoria, economia politică – a fost subjugat unei cenzuri ideologice dure care nu a mai lăsat niciun loc pentru „exerciţiile psihologice”.

În asemenea condiţii, în URSS, până la începutul anilor ’70, cercetările care aveau cea mai îndepărtată tangenţă cu psihologia politică se realizau doar în cadrul pedagogiei (teoria colectivului etc.), pe când în străinătate, această perioadă a fost marcată de un avânt al dezvoltării ştiinţei politico-psihologice. Reluate ulterior, lucrările de psihologie socială purtau aproape exclusiv un caracter secundar: critica filosofică a „ştiinţei burgheze” combinată cu împrumuturile de epigoni ale metodelor experimentale şi practice. Problematica politico-psihologică (deşi termenul rămăsese interzis) se studia nemijlocit doar în instituţiile cu profil închis şi, din câte ştiu, cercetările

respective nu se evidenţiau prin originalitate metodologică sau metodică. În doar şase decenii, tradiţiile de pionierat ale psihologiei sociale şi politice autohtone au fost pierdute. A le regenera este de datoria tinerei generaţii de savanţi…

Psihologia politică alcătuieşte un câmp de cercetare unic, cu domenii de cercetare ştiinţifică cum ar fi, pe de o parte, psihologia generală, socială, istorică, etnică, economică şi politologia, sociologia, economia politică şi sociologia politică, pe de altă parte. Pentru a-i evidenţia, totuşi, obiectul specific de studiu în continuumul faptelor sociale este necesar să ne edificăm asupra noţiunilor de „politică” şi „activitate politică”.

Politica reprezintă raportul dintre mari grupuri sociale (macrogrupuri): etnosuri, naţiuni, pături sociale, clase, comunităţi confesionale, partide, organizaţii de stat etc. Prin urmare, pot fi considerate politice acele activităţi în care se realizează practic raporturi între grupuri formale sau neformale-Astfel, sfera activităţii politice include o diversitate de evenimente sociale – de la încăierările de stradă şi până la războaie civile sau internaţionale şi de la participarea individuală în alegeri şi până la reglementarea unor conflicte la nivel de stat.

E de menţionat că atât explicaţia noţiunii de politică cât şi, respectiv, cea de activitate politică sunt structurate în conformitate cu paradigma mulţimilor difuze. Nu putem elabora în acest caz noţiuni mult mai stricte, acest lucru fiind imposibil din mai multe cauze. Înainte de toate, e foarte sociale treceau prin chinurile iadului străduindu-se să încastreze noile realităţi ale Occidentului în procustianul pat al modelelor teoretice care preziceau o polarizare continuă, „un antagonism în creştere dintre muncitori şi capitalişti” şi constatau cu groază că nu mai

mult de o treime din cei pe care ei îi includeau în „clasa muncitoare” sunt de acord să se considere muncitori. La sfârşitul anilor ’80, separarea societăţii occidentale în proletari şi capitalişti rămânea doar apanajul revoluţionarilor celor mai tari de cap: dispoziţiile proletare ale trecutului au fost înlocuite forţat de autoidentificarea incertă şi pasivă cu „clasa de mijloc”.

Istoria şi contemporaneitatea ne dezvăluie o mulţime de exemple din care aflăm cum metamorfoze de acest gen s-au petrecut cu comunităţi etnice, teritoriale, lingvistice, confesionale şi de altă natură, manifestându-se pregnant în viaţa publică. Pe de o parte, grupurile convenţionale contaminându-se de conştiinţa generală se transformă de multe ori într-un impresionant factor politic; grupuri relativ restrânse dar active de „revoluţionari conştienţi”, de „intelectuali ai naţiunii” şi alţi „reprezentanţi ai intereselor” dau un puternic impuls constituirii comunităţilor care se autoidentifică. Pe de altă parte, subiecţii politici ai maselor dispar cu timpul, distrugându-se sau (şi) inoculându-se în conştiinţa altor grupuri sociale.

Sunt, de asemenea, destul de slab conturate şi graniţele dintre acţiunile politice şi non-politice în planul conţinutului şi în cel al intenţiei (al nivelului de premeditare). Să zicem, de exemplu, că o ceartă conjugală nu are nimic în comun cu politica atât timp cât învinuirile reciproce rămân în cadrul conflictului sau ofensele „abstracte” vizează numai diferenţe individuale sau ale unor grupuri restrânse („grăsan”, „slăbănog”, „piticanie”, „beţivan”, „tot neamul vostru e aşa…”). Când însă adversarii se percep reciproc ca reprezentanţi ai diferitor macrogrupuri iar dominante sunt apelativele ce vizează naţionalitatea, diferenţele de rasă, pătură socială sau confesiune, atunci evenimentele dobândesc o nuanţă

politică şi, în anumite circumstanţe, sunt în stare să se desfăşoare după un scenariu corespunzător.

Voi prezenta o notiţă publicată relativ recent într-un ziar care apare într-un oraş din regiunea Volgăi: „La secţia raională de miliţie a fost adus cetăţeanul Boiko A.M., fiind învinuit de scandal public. Într-un autobuz de cursă, acesta l-a lovit cu pumnul pe cetăţeanul Şelmann. P. zicându-i mutră jidovească, a dat cu piciorul în cetăţeanul Kareakin S.I. numindu-l bot de rus, iar cu celălalt picior l-a lovit pe cetăţeanul Habibulin R.H., numindu-l şi pe acesta rât tătăresc. Fiind luat la întrebări, cel reţinut a explicat că nu a vrut să ofenseze pe nimeni, dar era foarte supărat că cineva îl făcuse „hahol”[11].

Respectivul articol ar fi fost amuzant dacă nu ar fi atât de trist. Judecând după circumstanţe, în cazul dat, consecinţele incidentului s-au limitat doar la câteva traume fizice nu prea serioase a unor tovarăşi de pahar (numele lor au fost desigur schimbate). Avem de-a face însă cu manifestarea cea mai banală a unor intenţii politice ascunse, păstrarea cărora, în anumite situaţii, este în stare să se soldeze cu cele mai neplăcute evenimente.

Delimitând, în limita posibilităţilor, domeniul de studiu al „activităţii politice”, definim psihologia politici ca pe o disciplină de joncţiune care studiază motivarea activităţii politice.

Noţiunea de motivare este necesară şi suficientă pentru definirea obiectului de studiu al ştiinţei respective căci este echivalentul psihologic al categoriei general-ştiinţifice a cauzalităţii şi aici, ca într-o depresiune, se concentrează toate celelalte concepte cu care operează psihologia. Pentru a înţelege motivaţiile comportamentale

11 Poreclă fără conotaţii depreciative dată ucrainenilor – n.tn

trebuie stabilit cum percepe subiectul respectiv (un individ sau un grup) lumea şi pe sine în cadrul acestei lumi, cum structurează lăuntric situaţia dată, care sunt necesităţile lui, valorile şi obiectiveleparticularităţile de percepţie, de gândire şi ale tulburărilor emoţionale (inclusiv starea emoţională actuală) şi multe altele. Sintetizând acest material, psihologul explică evenimentele întâmplate, face un pronostic şi elaborează procedeele de dirijare a conştiinţei şi comportamentului.

Atât de popularul în prezent termen de „conştiinţă politică", uzitat uneori la definirea obiectului de studiu, nu este chiar corect din cauza polivalenţei noţiunii „conştiinţă". Aceasta este acceptată în cel puţin trei îmbinări care se deosebesc substanţial: conştiinţă filosofică (conştiinţă – existenţă), conştiinţă sociologică (conştiinciozitate – spontaneitate) şi conştiinţă psihologică (conştient – inconştient; ceea ce poate fi conştientizat – ceea ce nu poate fi conştientizat); de multe ori, folosirea acestui termen în diverse accepţiuni produce confuzie. Pentru un psiholog prezintă interes prioritar

Straturile realităţii subiective supuse reflecţiei puţin sau chiar deloc şi, de asemenea, motivaţiile intenţionat tăinuite. Anume depistarea acestora asigură caracterul pertinent şi, respectiv, productivitatea cercetării psihologice.

Fundamentele conceptuale ale psihologiei politice şi locul acesteia în sistemul ştiinţific este definit de faptul că motivaţiile acţiunilor umane, în general, şi ale celor politice, în speţă, nu sunt condiţionate direct de circumstanţele exterioare, dar întotdeauna de perceperea acestora prin prisma unor obiective, valori şi norme, şlefuite de experienţa culturală, a unor speranţe nuanţate emoţional, a modelelor şi atitudinilor. Altfel spus, omul

este întotdeauna subiectiv în viziunea sa asupra lumii, şi dacă nu luăm în consideraţie acest aspect, niciun eveniment social (constituit din ansamblu acţiunilor umane concertate) nu va putea fi înţeles esenţial şi cu atât mai mult anticipat sau supus unei reglementări conştiente.

Deşi această sinteză metodologică numită principiul unităţii de acţiune şi conştiinţă nu este, teoretic, pusă la îndoială de nimeni, ea este deseori ignorată. Studiile de psihologie cognitivă (G. Kelly) au arătat că subiectul „naiv", neîmpovărat de experienţa reflexiei psihologice, este înclinat să creadă că propriile percepţii şi acţiuni sunt cele fireşti şi unic raţionale în circumstanţele date şi detectează prezenţa „psihicului" la alt individ doar atunci când acela reacţionează la o situaţie în mod neobişnuit din punctul de vedere al observatorului. De foarte multe ori, acest lucru se întâmplă la contactul dintre reprezentanţii diferitor culturi sau epoci istorice („şocul cultural").

La un specialist în ştiinţe sociale, naivitatea se manifestă în tendinţa involuntară de a extrapola propriile scheme mentale, considerându-le drept constante general-umane, lipsindu-se astfel de originalitate nu numai pe sine, ci şi realitatea studiată. Să reţinem că modelele retrospective „fără psihologie" (atunci când acţiunile oamenilor sunt prezentate ca reacţii nemijlocite la circumstanţele exterioare) pot arăta cât se poate de veridic.[12]

Încercările de a structura în aceeaşi cheie

12 Cu toate acestea, istoricii de factură modernă nu mai consideră suficiente astfel de modele tinzând, după expresia savantului francez M. Bloch, „să vadă oameni" în spatele documentelor anoste. Aceasta este una din manifestările procesului general de psihologizare şi antropocentrizare a ştiinţei postneoclasice, care a cuprins atât ştiinţele sociale cât şi cele naturale.

pronosticuri sociale şi cu atât mai mult proiecte s-au dovedit a fi păguboase: oamenii nu se mai comportă aşa cum ne-am aştepta s-o facă, dau faliment proiecte economice impecabile din punct de vedere logic, argumente evidente sunt respinse de mase etc.

În contextul dat, e caracteristică tendinţa ostentativă a multor analişti de a explica aproape toate evenimentele politice prin jocul intereselor economice. Uitând că politica este expresia concentrată a economiei şi ignorând chiar şi factori banali precum ar fi prostia omenească şi incompetenţa profesională, aceştia ne prezintă subiecţii în acţiune încadraţi în paradigma „omului economic”, iar eşecurile răsunătoare din politică şi din economie sunt reduse la uneltirile înverşunate ale unor indivizi şmecheri şi mercantili.

Pentru a ne convinge de falsitatea unei astfel de scheme explicative e de ajuns să aruncăm o privire asupra istoriei Rusiei din secolul al XX-lea; vom descoperi acolo (ca, de altfel, şi în istoria oricărei ţări, pentru o lungă perioadă de timp) o mulţime de evenimente politice care nu pot fi explicate prin prisma intereselor economice reale. Cele mai dramatice exemple sunt Revoluţia Socialistă din Octombrie (1917) şi destrămarea Uniunii Sovietice, în 1991. E grăitor faptul că, de fiecare dată, acţiunile distructive erau raţionalizate de mituri cvasieconomice care arătau convingător în ochii contemporanilor şi camuflau cât se poate de bine motivele adevărate, ascunse intenţionat sau, de multe ori, neconştientizate.

Astfel, pe la finele anilor ’80, aproape în fiecare republică şi chiar regiune se găseau deştepţi care demonstrau cu cifre în regulă teze de tipul: noi avem petrol (bumbac, aur, staţiuni balneoclimaterice, popor muncitor ş.a.), dar suntem furaţi ca-n codru, când însă vom

fi independenţi vom trăi ca cei din Kuweit (Elveţia, Danemarca…). Pe de altă parte, ideologii Uniunii Sovietice afirmau că totul nu-i decât o furtună într-un pahar cu apă, că nicio republică nu se va putea desprinde dintr-un sistem economic unic, căci producţia ei nu va putea concura cu cea de pe piaţa străină. În fine, Uniunea s-a destrămat, de bine de rău toţi supravieţuiesc, dar la orizont nu se întrevede niciun Kuweit şi nicio Elveţie (altele decât cele pe care le cunoaşteţi) …

Toate cele afirmate nu exclud, bineînţeles, influenţa factorilor economici asupra proceselor politice. În primul rând, astfel de influenţe sunt dificil de mediat şi de aceea sunt ambigue ca şi conţinut şi, în al doilea rând, din punct de vedere istoric, au o forţă labilă. Într-un sistem social temeinic, de tip modern, se pot pronostica mai mult sau mai puţin reuşit derulările evenimentelor politice limitându-ne la coraportul dintre interesele economice şi tradiţiile culturale şi luând drept constantă factorii psihologici propriu-zişi. Acest lucru se poate realiza doar atât timp cât statul trece printr-o perioadă relativ calmă de dezvoltare. Odată cu apropierea sistemului de starea de instabilitate (criză) creşte rolul factorilor psihologici şi procedeele clasice de pronosticare devin contraproductive. Realităţile economice se mitologizează iar miturile sociale capătă un conţinut economic.

Coraportul real dintre factorii economici, politici şi psihologici în dezvoltarea proceselor psihologice sunt ilustrate de studiile clasice ale psihologului american 0, Davis (vezi lecţia 2).

În anii ’70, autorul acestor rânduri împreună cu cursanţii străini de la Institutul de ştiinţe sociale de pe lângă ce ai pe US au efectuat o serie de cercetări pentru o verificare suplimentară a concluziilor lui Davis în baza

materialelor de istorie a Rusiei şi a altor ţări şi ne-am convins de înalta credibilitate a modelului.

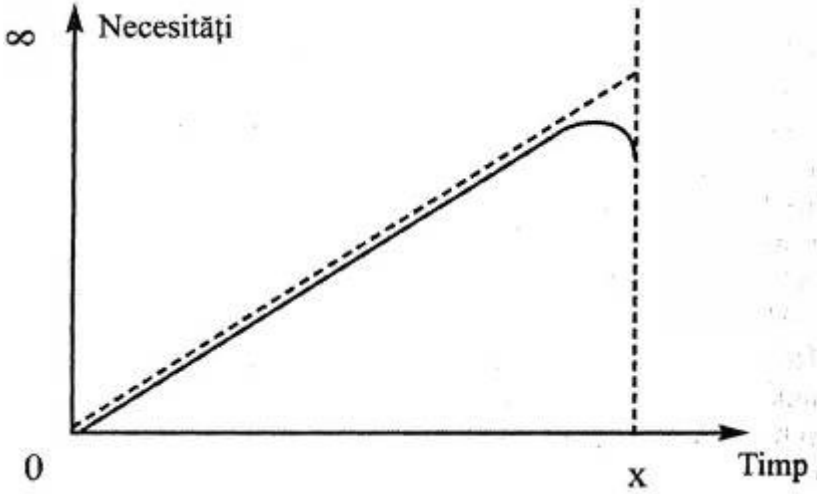


Fig. 22. Dinamica satisfacerii necesităţilor şi situaţia revoluţionară (după G. Davis). Linia continuă reprezintă dinamica satisfacerii necesităţilor (nivelul economic, libertăţile politice etc.). Linia punctată – dinamica speranţelor. Punctul X pe axa orizontală reprezintă momentul de intensificare a tensiunilor care se pot solda cu o explozie socială. (Explozia se poate declanşa sau nu, în funcţie de un şir de factori „subiectivi.)

Astfel, pe parcursul secolului al XIX-lea, nivelul economic al vieţii, cuantumul libertăţilor şi oportunităţilor sociale ale ţărănimii ruse au crescut constant. În consecinţă, ţăranii care la începutul secolului nici nu se gândeau măcar la schimbarea statutului de iobag au ajuns să fie tot mai puţin satisfăcuţi de starea lor de aservire., f

Reformele economice şi politice progresive continuau, deşi cu anumite dificultăţi. La începutul secolului al XX-lea, Rusia era ţara cu cea mai dinamică dezvoltare din lume. Anume Rusia, conform expresiei

antologice a lui V.I. Lenin, s-a dovedit a fi „cea mai slabă verigă în lanţul statelor imperialiste”. Pierderea războiului cu Japonia în 1905, desfăşurarea defectuoasă a Războiului Mondial din 1914-1917 şi dificultăţile legate de acesta din economie şi alte sfere ale vieţii au generat stări de decepţie în rândul maselor. Stările de nemulţumire erau speculate şi amplificate de fiecare dată de grupuri bine organizate de revoluţionari profesionişti care îmbinau de mult timp propaganda şi agitaţia cu teroarea fizică împotriva celor mai eficienţi politicieni de orientare conservatoare şi reformistă. Guvernul slăbit şi debusolat al ţării, în frunte cu un monarh mediocru, nu a mai fost capabil să găsească soluţii care să zădărnicească cele trei revoluţii devastatoare…

Studierea situaţiilor de criză ne demonstrează cu cât importanţa contextului psihologic este în stare să surclaseze importanţa circumstanţelor economice şi de altă natură. Acestea din urmă sunt percepute prin prisma aşteptărilor neonorate. Frustrarea generează stări emotive care sunt amplificate de mecanismul rezonanţei emoţionale (contaminarea) şi, la rândul lor, fac mai plat modelul lumii şi mai primitivă gândirea şi activitatea (o dependenţă analogică a fost observată de psihologi şi în experimentele de laborator). Aprovizionarea defectuoasă a alimentarelor este percepută ca „foamete” iar încercările organelor abilitate de a restabili ordinea pe străzi – ca represalii insuportabile. Modelul plat şi nuanţat emoţional al situaţiei se orientează spre găsirea celor mai simple soluţii şi a unor lideri energici, oamenii se lasă minţiţi şi cad cu plăcere în plasa agitatorilor mai mult sau mai puţin conştiincioşi.

De altfel, sunt banalizate radical nu numai modelele prezentului şi a viitorului ci chiar şi cele ale trecutului. În

conştiinţa comună se manifestă cu claritate un fenomen numit aberaţie retrospectivă: amintirile nuanţate în tonurile întunecate ale dispoziţiilor actuale ne evocă un trecut ca un lanţ interminabil de greutăţi şi înjosiri, adică, într-un anumit sens, „totu-i exact aşa, numai că invers”. Şi apoi, ca o decepţie inevitabilă, ne cuprinde nostalgia. Cronicarii şi istoricii, mai cu seamă cei angajaţi de revoluţie, fixează cu preponderenţă zvonurile, bancurile şi amintirile în apogeul activităţii revoluţionare, de unde şi sorgintea concluziilor despre sărăcia lucie şi represalii văzute ca şi cauze ale exploziei sociale…

Studierea mecanismelor, legităţilor şi particularităţilor specifice ale motivaţiei politice contribuie nu numai la perfecţionarea analizei istorice a situaţiilor de criză. Sarcina explicativă a psihologiei politice este completată şi de alte sarcini: de pronosticare, de proiectare, instrumentală şi educativă.

Din toate cele spuse reiese că psihologia politică ne ajută:

— Să înţelegem mai bine cauzele evenimentelor din trecut şi să tragem din acestea învăţămintele necesare;

— Să pronosticăm evenimentele viitoare şi să evaluăm probabilităţile relative ale acestora;

— Să elaborăm proiecte sociale realiste;

— Să elaborăm un instrumentăriu pentru o influenţare eficientă a gândirii şi comportamentului oamenilor; „>

— Să educăm la cetăţeni capacitatea şi disponibilitatea pentru o rezistenţă conştientă faţă de manipulaţiile politice.

Materialul expus aici va fi ilustrat prin exemple con** crete la studierea unor teme concrete din cadrul cursului. Voriâi analiza şi modul cum raţionamente false despre

motivaţia* umană, materializate în soluţii politice, generează efecte disfuncţionale cum manipularea cinică a conştiinţei, asigurând rezultatul tactic scontat de politician, se soldează ulterior cu înfrângeri de proporţii, şi cum cunoaşterea procedeelor de manipulare îl ajută pe individ să-şi păstreze autocontrolul.)

M-am străduit să demonstrez, de asemenea, că tehnologia acţiunii politice este într-un fel sau altul conjugată cu componenta morală a relaţiilor umane, care într-un şir de cazuri este decisivă chiar şi dintr-un punct de vedere strict pragmatic. Iată de ce cursul de psihologie politică propus este structurat astfel încât relatarea despre tehnologiile politice să fie anticipată şi însoţită de analiza unei probleme complexe: „Politică, psihologie şi morală”.

Cuprins

Introducere/5
Lecţia 1. Comportamentul spontan în masă:
Concept, fenomen social şi obiect de studiu/7
Teme pentru lecţia 1/19 Literatură suplimentară/19
Lecţia 2. Mulţimea şi legităţile sale comportamentale/22 Noţiunea de mulţime.
Mecanismele de comportare ale mulţimii/22
Reacţia circulară şi comunicarea/25
Categoriile mulţimii/33
Caracteristica fundamentală a mulţimii/45
Procedee de dirijare şi manipulare/50
Teme pentru lecţia 2/65
Literatură suplimentară/65
Lecţia 3, Panica în masă: factori şi mecanisme/67
Panica individuală şi în masă/67
Factorii declanşării panicii în masă/72
Mecanismele de dezvoltare ale panicii/78
Prevenirea şi lichidarea panicii în masă/82

Teme pentru lecţia 3/95
Literatură suplimentară/95
Lecţiile 4 – 5. Zvonurile percepute ca fenomen
Socio-psihologic şi ca armă de luptă politică/97
Fenomenul zvonurilor şi studierea sa/97
Clasificarea zvonurilor/104
Dlstorsionările în cadrul procesului de circulaţie a zvonului/121
Factorii fundamentali şi colaterali ai apariţiei zvonului/123 Mediul rezistent la zvonuri: profilaxi/şi anihilarea operativă a zvonurilor/132 Teme pentru lecţiile 4 – 5/156 Literatură suplimentară/157
Lecţia 6, Campaniile publicitare, „tehnologiile murdare”.
9 „black PR” /159
Teme pentru lecţia 6/176
Literatura recomandată/177
Dicţionar terminologic/178
Bibliografie/189
Anexa 1, Program de studiu pentru cursul special/194 „Psihologia comportamentului spontan în masă” /194 Anexa 2. Psihologia politică: obiect de studiu, fundamente conceptuale, probleme/197